

***SCHOOL BRANDING MELALUI PROGRAM
PROFESI MENGAJAR DALAM PEMBELAJARAN FASE F
DI SMAK KOLESE SANTO YUSUP (KOSAYU) MALANG***

PROYEK

**Disusun untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Magister Manajemen**



**UNIVERSITAS
MA CHUNG**

Dwi Indahwati 132220011

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INOVASI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MA CHUNG**

HALAMAN PENGESAHAN

Proyek berjudul:

SCHOOL BRANDING MELALUI PROGRAM PROFESI MENGAJAR DALAM PEMBELAJARAN FASE F DI SMAK KOLESE SANTO YUSUP (KOSAYU) MALANG

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Dwi Indahwati, S.Psi, Gr.
NIM : 132220011
Program Studi : Manajemen Inovasi

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Inovasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung pada April 2025 dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Magister Manajemen Strata Dua (S2).

Dosen Pembimbing I



Prof. Dr. Anna Triwijayati, S.E., M.Si.
NIP. 20070072

Dosen Pembimbing II

Dosen Penguji I



Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, M.S., M.SC.
NIP. 20070027

Dosen Penguji II



Dr. Seno Aji Wahyono, S.E., S.T., M.M.
NIP. 20180012

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Tarsisius Renaldi Suganda, S.E., M.Si, Ph.D., CRA
NIP. 20080021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

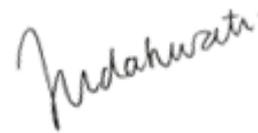
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Proyek yang berjudul:

***SCHOOL BRANDING MELALUI PROGRAM PROFESI MENGAJAR
DALAM PEMBELAJARAN FASE F DI SMAK KOLESE SANTO YUSUP
(KOSAYU) MALANG***

merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan karya plagiat yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi sebagaimana mestinya, baik sebagian maupun seluruhnya. Semua sumber – baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan, saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku.

Malang, 21 April 2025



Dwi Indahwati, S.Psi, Gr.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan atas segala penyertaannya selama proses pembelajaran sampai dengan penyusunan laporan proyek yang berjudul *School Branding* Melalui Program Profesi Mengajar Dalam Pembelajaran Fase F Di SMAK Kolese Santo Yusup (Kosayu) Malang. Proyek ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pembelajaran jenjang strata 2 di program studi Magister Manajemen Inovasi Universitas Ma Chung Malang. Selama penyusunan proyek, Penulis banyak berkoordinasi dengan para pimpinan Yayasan maupun SMAK Kosayu Malang untuk menyesuaikan rancangan proyek dengan kebutuhan sekolah. Penulis berharap proyek ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan serta dunia pendidikan di tingkat SMA.

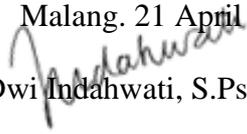
Pada kesempatan ini, Penulis ingin mengucapkan limpah terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan selama pengerjaan proyek ini. Kasih dan penyertaan Tuhan telah dilimpahkan kepada Penulis melalui:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, M.S., M.Sc., selaku Rektor Universitas Ma Chung, serta Dosen penguji I yang telah memberikan masukan inovatif dalam penyelesaian proyek ini.
2. Bapak Tarsisius Renald Suganda, S.E., M.Si, P.hD., CRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung.
3. Bapak Dr. Seno Aji Wahyono, S.E., S.T., M.M. selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Inovasi serta Dosen Penguji II yang telah memberikan

bimbingan akademik serta masukan selama proses pembelajaran maupun penyusunan proyek ini.

4. Ibu Prof. Dr. Anna Triwijayati, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang sangat membantu dalam penulisan alur berpikir Penulis.
5. Bapak Dr. Liem Gai Sin, S.E., M.Bus (Adv) selaku dosen yang telah membantu Penulis dalam menemukan ide inovatif untuk penulisan proyek ini.
6. Bapak Kristanto Satriyo Pamungkas, Daud Leo Satmaka, Tarsisius Endaru Satmaka, Bapak Wiedanto selaku orang-orang terdekat yang selalu memberikan motivasi dengan kasih yang besar sehingga Penulis dapat menyelesaikan pembelajaran dan proyek ini.
7. Seluruh civitas akademika Kosayu (pimpinan, rekan guru, siswa, maupun alumni) yang telah memberikan berbagai bentuk dukungan selama penyusunan proyek.
8. Semua dosen pengajar serta teman-teman Program Studi Magister Manajemen Inovasi 2023 Universitas Ma Chung yang telah membagikan pengetahuan maupun memberikan dukungan selama proses pembelajaran Penulis.

Penulis ingin memohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penulisan proyek ini, maka dari itu kritik dan saran yang konstruktif sangat Penulis harapkan demi kesempurnaan penyusunan laporan.

Malang, 21 April 2025

Dwi Indahwati, S.Psi, Gr.

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Ma Chung, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Indahwati, S.Psi, Gr.
NIM : 132220011
Program Studi : Magister Manajemen Inovasi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Proyek

demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Ma Chung atas karya ilmiah saya yang berjudul:

***SCHOOL BRANDING MELALUI PROGRAM PROFESI MENGAJAR
DALAM PEMBELAJARAN FASE F DI SMAK KOLESE SANTO YUSUP
(KOSAYU) MALANG***

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Ma Chung berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Malang
Pada tanggal : 21 April 2025



Yang menyatakan,

Dwi Indahwati, S.Psi, Gr.

RINGKASAN EKSEKUTIF

Yayasan Kolese Santo Yusup mempunyai cita-cita menjadi komunitas belajar unggul berpedoman pada standar nasional, berorientasi global, yang menghayati nilai-nilai kasih, taat, kerja sama, dan disiplin. Cita-cita ini menjadi semangat, seperti api yang terus menyala, untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat lewat penyelenggaraan pendidikan usia dini, dasar, dan menengah. SMAK Kolese Santo Yusup (Kosayu) Malang merupakan salah satu bentuk perwujudan cita-cita yayasan. SMAK Kosayu bergerak di bidang pelayanan pendidikan yang melaksanakan kegiatan proses belajar mengajar dengan visi-misi yang mengacu pada visi-misi yayasan.

Berawal dari keinginan untuk meningkatkan kualitas sekolah sebagai faktor utama yang harus diperhatikan dalam persaingan antar sekolah serta kebutuhan untuk membentuk ciri khas sekolah, maka disusunlah rancangan proyek untuk membangun *school branding* melalui program profesi mengajar. SMAK Kosayu ingin membuat inovasi pembelajaran dan memperluas jaringan kolaborasi dengan PEKSY (Persaudaraan Eks Siswa-Siswi Kosayu) sebagai salah satu usaha dalam pembentukan *school branding*.

Dalam usaha mewujudkan visi sekolah yang ingin menjadi komunitas belajar, para alumni diajak untuk terlibat aktif dalam pembelajaran mata pelajaran di sekolah. Para alumni tidak terbatas hanya memberikan informasi terkait profesi yang sedang dijalankan, tetapi lebih jauh kepada materi pelajaran yang mendukung untuk menjalankan profesi tersebut. Sesuai dengan misi SMAK Kosayu, siswa diberi bekal pengetahuan berupa kecakapan hidup untuk profesi yang ingin dijalani.

Program profesi mengajar memiliki KPI (*Key Performance Indicator*) yang mendukung tujuan penciptaan *school branding*, yaitu: rancangan program profesi mengajar, rancangan bentuk kerja sama sekolah dengan Peksy, serta rancangan konsep pemasaran *school branding* dengan tagline *mini campus*. Hasil penyusunan program menunjukkan bahwa semua rancangan dapat terselesaikan dengan lengkap. Rancangan dalam bentuk pedoman akan menjadi panduan teknis pelaksanaan program untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Setelah melalui rangkaian kegiatan dalam penyusunan program profesi mengajar, maka dapat disimpulkan bahwa sekolah perlu menyesuaikan diri dengan tuntutan perkembangan zaman. Penyesuaian diri terhadap perkembangan keilmuan menjadi fokus utama dalam dunia pendidikan. Di samping itu, sekolah perlu membiayai kebutuhan operasional sekolah. Hal ini menjadikan bagian pemasaran-sebagai kunci pemasukan sekolah-juga tidak kalah penting dari bagian kurikulum yang menangani bidang keilmuan.

Program profesi mengajar berusaha menggabungkan dua kepentingan besar tersebut. Program ini ingin meningkatkan kualitas lulusan melalui keunikan metode pembelajaran yang akhirnya dapat menjadi ciri khas SMAK Kosayu. Metode pembelajaran yang mengadopsi metode pembelajaran di kampus, menjadikan kualitas pembelajaran yang hampir setara dengan perguruan tinggi namun diberikan pada jenjang SMA. Pelaksanaan rangkaian kegiatan tersebut berdampak pada peningkatan kualitas lulusan yang mendapat gambaran utuh terkait proses pembelajaran dari sudut pandang teori maupun praktisi.

Rangkaian kegiatan yang disusun dalam program profesi mengajar berdampak pada pembentukan sistem pemasaran baru. Kegiatan ini merupakan salah satu inovasi dalam bidang pendidikan untuk peningkatan kualitas proses serta hasil belajar. Seiring dengan hal itu, program ini menjadi cara untuk mengkomunikasikan keunikan sekolah (*school branding*) dengan tujuan akhir menjaga eksistensi sekolah di masyarakat.

Kata Kunci: *school branding*, *mini campus*, profesi mengajar, inovasi pembelajaran, kerjasama alumni

EXECUTIVE SUMMARY

Yayasan Kolese Santo Yusup has the ideal of becoming a superior learning community guided by national standards, globally oriented, which lives the values of love, obedience, cooperation, and discipline. This ideal becomes a spirit, like a fire that continues to burn, to provide services to the community through the implementation of early, primary, and secondary education. SMAK Kolese Santo Yusup (Kosayu) Malang is a form of realization of the foundation's ideals. SMAK Kosayu is engaged in educational services that carry out teaching and learning process activities with the vision-mission that refers to the vision-mission of the foundation.

Starting from the desire to improve the quality of schools as the main factor that must be considered in the competition between schools and the need to shape the characteristics of the school, a project design was prepared to build *school branding* through the Profesi Mengajar program. SMAK Kosayu wants to make learning innovations and expand the collaboration network with PEKSY (Brotherhood of Former Kosayu Students) as one of the efforts in the formation of *school branding*.

In an effort to realize the vision of the school that wants to become a learning community, alumni are invited to be actively involved in learning subjects at school. The alumni are not limited to providing information related to the profession they are currently pursuing, but further to the subject matter that supports to carry out the profession. In accordance with the mission of SMAK Kosayu, students are provided with knowledge in the form of life skills for the profession they want to pursue.

The Profesi Mengajar program has KPIs (Key *Performance Indicators*) that support the purpose of creating *school branding*, namely: the design of the Profesi Mengajar program, the design of the form of school cooperation with Peksy, and the design of the school branding marketing concept with the tagline *mini campus*. The results of the program show that all designs can be finished completely. The design in the form of guidelines will be a technical guide for the implementation of the program to achieve the desired goals.

After going through a series of activities in the preparation of Profesi Mengajar programs, it can be concluded that schools need to adapt to the demands of the public. Self-adjustment to scientific development is the main focus in the world of education. In addition, schools need to finance the school's operational needs. This makes the marketing part – the key to school income – no less important than the curriculum part that handles the scientific field.

The Profesi Mengajar program seeks to combine these two major interests. This program wants to improve the quality of graduates through the uniqueness of learning methods that can eventually become the hallmark of SMAK Kosayu. The learning method that adopts the learning method on campus, makes the quality of learning almost equivalent to higher education but given at the high school level. The implementation of this series of activities has an impact on improving the quality of graduates who get a complete picture of the learning process from the perspective of theory and practitioners.

The series of activities arranged in the Profesi Mengajar program has an impact on the formation of a new marketing system. This activity is one of the innovations in the field of education to improve the quality of the process and learning outcomes. Along with that, this program is a way to communicate the uniqueness of the school (*school branding*) with the ultimate goal of maintaining the existence of schools in public.

Keywords: *school branding*, *mini campus*, *profesi mengajar*, *innovation*, *alumni collaboration*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS	
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
RINGKASAN EKSEKUTIF	vi
EXECUTIVE SUMMARY	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan.....	8
1.3 Tujuan Pembahasan Masalah	8
1.4 Lingkup Kegiatan	10
1.5 KPI (Key performance Indicator)	11
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	12
2.1 Landasan dan Filosofi Dasar Pendidikan Kosayu	12
2.2 Sejarah Yayasan Kosayu Malang.....	13
2.3 Visi Sekolah	14
2.4 Misi Sekolah.....	16
2.5 Struktur Organisasi Sekolah	17
2.6 Kegiatan Operasional	17
2.7 Permasalahan yang Akan Dipecahkan	17
BAB III LANDASAN TEORI	20
3.1 <i>Scholl Branding</i>	20
3.2 Tujuan <i>School Branding</i>	21
3.3 Cara <i>School Branding</i>	23
3.4 Inovasi Pendidikan	25

3.5 Tujuan Inovasi Pendidikan	26
3.6 Profesi Mengajar	27
3.7 Dasar Hukum Profesi Mengajar	28
3.8 Kaitan <i>School Branding</i> dengan Program Profesi Mengajar	29
BAB IV PELAKSANAAN PROYEK	31
4.1 Deskripsi Proyek	31
4.2 Jadwal Pelaksanaan Proyek.....	31
4.3 Penentuan Indikator Keberhasilan Proyek.	32
4.4 Pencapaian Indikator Keberhasilan Pelaksanaan Proyek	34
4.5 Realisasi Proyek	35
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Keterbatasan Pelaksanaan Proyek.....	63
5.3 Saran dan Tindak Lanjut	64
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Persentase Lulusan SMPK Kosayu yang Melanjutkan ke SMAK Kosayu	2
Tabel 2. Jumlah Keluar Karier pada Acara Ekspo Karier SMAK Kosayu	6
Tabel 3. Pembagian Fase pada Kurikulum Merdeka	7
Tabel 4. Data Permasalahan di SMAK Kosayu	8
Tabel 5. Alur Kegiatan dan Jadwal Pelaksanaan Proyek	10
Tabel 6. KPI (Key performance Indicator)	11
Tabel 7. Langkah serta Jadwal Pelaksanaan Proyek	31
Tabel 8. Langkah-langkah serta Indikator Keberhasilan Pelaksanaan Proyek...	32
Tabel 9. Pencapaian Keberhasilan Pelaksanaan Proyek.....	33
Tabel 10. Persentase Lulusan SMPK Kosayu yang Melanjutkan ke SMAK Kosayu	35
Tabel 11. Matrix SWOT	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Struktur Organisasi SMAK Kosayu	17
Gambar 2. Pilihan Karier Siswa pada Acara Ekspo Karier	38
Gambar 3. Diagram Pilihan Jurusan	39
Gambar 4. Materi Akuntansi Bisnis	42
Gambar 5. Rancangan Pelaksanaan Pengajaran Biologi	43
Gambar 6. Alur pemasaran melalui <i>School Branding</i>	58
Gambar 7. <i>Mind Map School Branding</i>	60
Gambar 8. Poster mini campus	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setelah menyelesaikan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama, anak mulai dihadapkan kepada banyak pilihan sekolah lanjut. Faktor lokasi, kualitas pendidikan, pelayanan, dan akreditasi berpengaruh besar terhadap pengambilan keputusan orang tua dalam memilih sekolah (Thoyyibah, Adhimah, & Lukitasari, 2022). Sistem pendidikan formal memberikan pilihan antara Sekolah Menengah Atas atau Sekolah Menengah Kejuruan dengan berbagai variasi jurusan. Pilihan ini disesuaikan dengan cita-cita anak, sehingga jurusan yang dipilih dapat mendukung profesi yang nantinya akan ditekuni.

Dari segi lokasi, anak dapat memilih sekolah berdasarkan aturan zonasi atau sekolah di luar daerah zonasi dengan berbagai pertimbangan. Salah satu alasan pemilihan sekolah di luar area zonasi adalah berdasarkan kualitas pendidikannya, karena terdapat perbedaan persepsi terkait kualitas pendidikan di Jawa dan luar Jawa. Salah satu penelitian terkait alasan tersebut menyebutkan bahwa kualitas layanan madrasah di pulau Jawa mendapat nilai lebih baik daripada di luar Jawa. Kesenjangan kualitas layanan antara madrasah di Pulau Jawa dan Luar Jawa paling besar antara lain pada indikator sarana dan prasarana, persyaratan pelayanan, prosedur/alur pelayanan, petugas dan sistem pelayanan, serta layanan konsultasi dan pengaduan (Khoiriyani, Dani, & Ansyah, 2023). Hal ini menyebabkan banyak siswa dari luar Jawa memilih untuk menempuh pendidikan di Jawa.

Penilaian kualitas pendidikan dapat juga dilihat dari prestasi sekolah. Faktor-faktor pilihan yang paling mempengaruhi secara berturut-turut dalam memilih sekolah berprestasi yakni faktor prestasi sekolah, faktor kedisiplinan, faktor fasilitas sekolah, faktor metode pembelajaran dan faktor kualitas alumnus yang dihasilkan sekolah. Kelima faktor tersebut menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap minat atau motivasi siswa dalam memilih sekolah (Vorina, Wiyono, & Juharyanto, 2020).

Banyaknya faktor yang mempengaruhi pemilihan sekolah berdampak terhadap persaingan antar Sekolah Menengah Atas. Kondisi ini juga dialami oleh SMAK Kolese Santo Yusup (Kosayu). Penurunan minat para lulusan SMPK Kosayu untuk meneruskan pendidikan ke SMAK Kosayu disebabkan banyaknya pilihan sekolah. Para adik kelas menganggap SMAK Kosayu bukan lagi menjadi tujuan utama untuk menempuh pendidikan lanjut. Mereka berminat melanjutkan pendidikan ke sekolah lain yang dianggap lebih menarik daripada di tempat kakak kelasnya.

Tabel 1. Persentase lulusan SMPK Kosayu yang melanjutkan ke SMAK Kosayu

Tahun	SMPK Kosayu 1	SMPK Kosayu 2
2021	61%	77%
2022	59%	65%
2023	58%	66%

Sumber : Data Penerimaan Peserta Didik Baru di SMAK Kosayu (2023)

Data yang ada menunjukkan penurunan jumlah siswa yang melanjutkan sekolah ke SMAK Kosayu. Hal ini terjadi di SMPK Kosayu 1 maupun SMPK Kosayu 2 setiap tahun. Meskipun tidak terjadi penurunan secara terus-menerus, namun masih terdapat pengurangan jumlah. Hal ini menjadi tugas besar bagi SMAK Kosayu untuk meningkatkan animo siswa SMP internal dalam lingkungan Yayasan Kosayu.

Dalam penelitian sebelumnya, Vorina (2020) menyebutkan bahwa prestasi sekolah menjadi faktor terpenting dalam pemilihan sekolah. Prestasi sekolah merupakan rangkuman dari kondisi sekolah. Pencapaian prestasi sekolah mampu memberikan potret kedisiplinan, sarana dan prasarana, kualitas pembelajaran, maupun profil lulusan sekolah tersebut. Hal ini menyebabkan pentingnya informasi tentang prestasi sekolah sebagai langkah awal yang dapat meningkatkan animo siswa dalam proses pemilihan sekolah. Konsumen dan calon orang tua siswa menjadi semakin kritis ketika datang untuk memilih suatu sekolah. Apalagi di era sekarang, orang tua dapat dengan mudah mencari informasi di media sosial dan internet tentang prestasi akademik dan kualitas sekolah. Hal ini disebutkan dalam sebuah *brand* sekolah yang akan ditawarkan dan didistribusikan kepada siswa untuk menarik minat konsumen masa depan. Oleh sebab itu, guna meningkatkan animo siswa dan *awareness* masyarakat dalam memilih sekolah, maka sekiranya penyelenggara satuan pendidikan perlu mengelola sekolahnya untuk dapat memiliki kriteria terbaik tersebut serta memiliki ciri khas yang dapat meningkatkan citra sekolah. Citra sekolah ini istilah lain dari *brand* sekolah (Susilo, 2022).

Dalam meningkatkan program *school branding*nya lembaga pendidikan formal juga perlu untuk membentuk tim khusus untuk menangani program *branding* tersebut melalui manajemen humas sekolah. Kemudian humas dan pemasaran harus tetap bersinergi serta terintegrasi agar pelaksanaan strategi *branding* dapat berjalan sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya. Selain itu, penting bagi lembaga pendidikan formal untuk mengikuti kegiatan di luar sekolah dan menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan lembaga pendidikan lain. Kegiatan-

kegiatan sekolah tersebut dapat dilaksanakan secara *online* atau *offline* dengan menyesuaikan kondisi dan aturan yang sedang berlaku pada masing-masing daerah lembaga pendidikan formal berada (Ayunisa & Sholeh, 2022).

Program humas sekolah sangat efektif dalam mengembangkan *branding* sekolah, meskipun berbagai kendala ada dalam pelaksanaannya. Program humas di beberapa SMP IT Palembang memanfaatkan platform media sosial maupun situs web sekolah, serta membentuk hubungan perusahaan, orang tua dan masyarakat setempat (Santoso, Pramono, & Yusuf, 2021).

Beberapa strategi *branding* sekolah menurut Susilo (2022) yang dapat meningkatkan animo siswa dan *awareness* masyarakat antara lain:

1. Meningkatkan kualitas *learning output* dan *learning outcome*
2. Mengembangkan program unggulan yang menjadi ciri khas sekolah
3. Menjalinkan kerja sama sekolah dengan masyarakat, sesama sekolah, maupun instansi lain

Di sisi lain, kita juga harus menghindari beberapa hal dalam mempromosikan *branding* sekolah antara lain:

1. Menonjolkan ‘merek’ atau *brand* yang tidak sesuai dengan yang dimiliki sekolah atau tidak sesuai dengan ‘kebutuhan pasar’
2. Penggunaan nama/*visual brand* yang biasa apalagi menjiplak ide dari sekolah lain
3. Promosi satuan pendidikan yang gencar tanpa diimbangi peningkatan kualitas sekolah yang dipromosikan (Susilo, 2022).

Program *school branding* di beberapa sekolah memiliki kelebihan dan

kekurangan dalam pelaksanaannya. SMA Islam Dian Didaktika Depok memberikan penyuluhan tentang profesi-profesi di bidang hukum dan berhasil meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang berbagai profesi hukum lainnya sebesar 70% (Ariyanti, Chikmawati, & Islami, 2023). SMA di Kabupaten Bantul mengajak siswa berkegiatan secara aktif untuk memahami profesi apoteker dan pekerjaan kefarmasian. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah praktek pembuatan *hand sanitizer* (Hadning, Kurniawan, Rahajeng, & Utami, 2019). Program-program ini hanya mengakomodasi satu jenis profesi saja, sehingga belum mampu memenuhi keinginan siswa secara lebih luas. Berbeda dengan Orientasi Pengenalan Profesi yang dilakukan oleh SMA PL Van Lith berasma Muntilan. Para siswa tinggal dan turut berdinamika di tempat orang-orang yang memiliki profesi tertentu yang sesuai dengan pilihan anak (Meta, 2023). Program ini mampu mengakomodasi berbagai varian profesi, namun kesulitan mencari penempatan profesi mungkin terjadi pada sekolah dengan belasan rombongan belajar.

Sebuah *brand* tersebut merupakan produk yang dihasilkan oleh lembaga pendidikan formal itu sendiri sebagai ciri khas atau pembeda dari lembaga pendidikan formal lainnya agar melekat di pikiran dan hati masyarakat ketika ada seseorang menyebutkan lembaga pendidikan tersebut. Dalam meningkatkan program *school brandingnya* lembaga pendidikan formal juga perlu untuk terus meningkatkan prestasi sekolah dan prestasi yang diraih oleh peserta didik baik akademik maupun non akademiknya (Ayunisa & Sholeh, 2022).

Peningkatan prestasi akademik didukung oleh proses pembelajaran yang sesuai dengan kebutuhan siswa. Dalam rangka peningkatan prestasi, SMAK Kosayu

membuat program tahunan yang berbeda dari sekolah-sekolah lain berupa Ekspo Karier yang bekerja sama dengan para alumni. SMAK Kosayu mengundang para alumni yang tersebar di berbagai profesi untuk berdiskusi dengan adik kelas yang masih menempuh pembelajaran di SMA Kosayu. Sekolah tidak hanya memfasilitasi satu atau beberapa profesi tertentu, tetapi sekolah berusaha memwadhahi semua profesi.

Tabel 2. Jumlah Kelas Karier Pada Acara Ekspo Karier SMAK Kosayu

Tahun	Jumlah Kelas Karier
2021	39
2022	47
2023	44

Sumber : Data Panitia Ekspo Karier SMAK Kosayu (2023)

Siswa dibagi dalam kelas-kelas karier sesuai dengan pilihan yang diminati. Para Gege/Cie-cie (sebutan untuk alumni Kosayu) memberikan informasi terkait profesi yang sedang ditekuninya. Keuntungan lain yang diperoleh dari acara ini adalah terjadinya reuni antar alumni dari berbagai angkatan, sehingga *sharing* yang terjadi bukan hanya kepada para adik kelas, lebih luas lagi antar berbagai profesi yang ditekuni oleh para alumni.

Bertambahnya ragam profesi baru yang bermunculan menimbulkan kesulitan mencari narasumber untuk kelas karier. Perbedaan minat karier mengakibatkan beberapa profesi baru yang diminati siswa, belum memiliki alumni yang menekuni bidang tersebut. Salah satu contoh profesi adalah *culinary reviewer*.

Salah satu tujuan ekspo karier adalah untuk mendukung capaian pembelajaran pada fase F yang telah dirancang sekolah. Capaian Pembelajaran (CP) merupakan kompetensi pembelajaran yang harus dicapai peserta didik pada setiap fase, dimulai

dari fase pondasi pada PAUD. Jika dianalogikan dengan sebuah perjalanan berkendara, CP memberikan tujuan umum dan ketersediaan waktu yang tersedia untuk mencapai tujuan tersebut (fase). Untuk mencapai garis finish, pemerintah membuatnya ke dalam enam etape yang disebut fase. Setiap fase lamanya 1-3 tahun.

Tabel 3. Pembagian Fase pada Kurikulum Merdeka

Fase	Kelas/Jenjang pada Umumnya
Fondasi	PAUD
A	Kelas I-II SD/MI
B	Kelas III-IV SD/MI
C	Kelas V-VI SD/MI
D	Kelas VII-IX SMP/MTs
E	Kelas X SMA/SMK/MA/MAK
F	Kelas XI-XII SMA/MA/MAK

Sumber : (Anggraena, et al., 2022)

Berawal dari keinginan untuk meningkatkan kualitas sekolah sebagai faktor utama yang harus diperhatikan dalam persaingan antar sekolah serta kebutuhan untuk membentuk ciri khas sekolah, maka penulis ingin merancang proyek untuk membangun *school branding*. Belajar dari program-program yang sudah dilaksanakan oleh sekolah lain, maka SMAK Kosayu ingin membuat inovasi dan memperluas jaringan kolaborasi dengan PEKSY (Persaudaraan Eks Siswa-Siswi Kosayu) sebagai salah satu usaha dalam pembentukan *school branding*.

Para alumni diajak untuk terlibat aktif dalam pembelajaran mata pelajaran di sekolah. Para alumni tidak terbatas hanya memberikan informasi terkait profesi, tetapi lebih jauh kepada materi pelajaran yang mendukung untuk menjalankan profesi tersebut. Sesuai dengan misi SMAK Kosayu, siswa diberi bekal pengetahuan berupa kecakapan hidup untuk profesi yang ingin dijalani. Mengacu

pada pedoman pembelajaran kurikulum merdeka, para profesional akan memberikan materi di fase F. Pada fase ini siswa telah memilih mata pelajaran yang lebih khusus untuk menghantarkan mereka pada pemilihan jurusan di perguruan tinggi.

1.2 Permasalahan

Tabel 4. Data Permasalahan di SMAK Kosayu

Permasalahan	Akar Masalah	Solusi
Siswa belum memahami secara mendalam tentang dunia kerja	Guru mata pelajaran memiliki pengetahuan yang terbatas pada teori saja	Profesional diundang untuk mengajar tema tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan sekarang
Sekolah belum memiliki pembeda dari sekolah lain	Sekolah hanya menjalankan pembelajaran sesuai kurikulum yang berlaku	Kerja sama dengan para alumni sesuai dengan profesi yang sedang ditekuni
Sistem pemasaran yang masih mengutamakan <i>word of mouth</i>	Tim pemasaran masih mengandalkan cara lama yang dianggap efektif pada eranya	<i>School branding</i> tentang sekolah yang membawa nuansa kampus ke dalam pembelajaran di SMA

Sumber : Penulis (2024)

1.3 Tujuan Pembahasan Masalah

1.3.1 Memberikan gambaran pembelajaran mata pelajaran pilihan yang berkaitan dengan profesi pilihan siswa.

Siswa terfokus pada teori yang dipelajari sebagai bekal informasi untuk pendidikan lanjut, sehingga kurang memperhatikan tujuan materi tersebut. Praktisi profesi akan memberikan gambaran tentang kaitan teori dengan praktek pekerjaan di lapangan, sehingga siswa mendapat pemahaman tujuan pengendapan materi tersebut. Siswa akan mendapat materi dari sudut pandang akademisi (guru) dan praktisi (orang yang menjalani profesi), sehingga siswa akan mendapat gambaran

utuh terkait proses pembelajaran untuk persiapan profesi yang akan dijalani.

1.3.2 Mengembangkan kerja sama antara sekolah dan Peksy.

Kerja sama yang telah terjalin lebih kepada penjelasan terkait gambaran profesi pada kegiatan Ekspo Karier. Dari diskusi di kelas karier muncul keinginan siswa untuk mengetahui lebih dalam tentang materi pembelajaran di program studi. Sekolah ingin memfasilitasi keinginan tersebut sebagai program lanjutan Ekspo Karier. Selain mempererat persaudaran antara siswa dan alumni, sekolah juga ingin mengembangkan kerja sama dengan pihak-pihak di luar sekolah sebagai salah satu usaha *branding*.

1.3.3 *Branding* sekolah tentang *mini campus*.

Setiap sekolah akan memberikan bekal kepada para siswa untuk kehidupan selanjutnya setelah selesai sekolah. Salah satunya adalah bekal materi pelajaran yang dapat dilanjutkan pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Salah satu bekal pengalaman yang dapat diberikan oleh sekolah dapat berupa pengalaman pembelajaran yang akan dialami saat menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Hal ini yang akan diberikan oleh SMAK Kosayu kepada para siswa, sehingga nantinya siswa tidak kaget dengan suasana pembelajaran di jenjang pendidikan selanjutnya. Di samping itu, SMAK Kosayu ingin dikenal sebagai sekolah yang memelopori penerapan sistem pembelajaran kampus merdeka di tingkat SMA.

1.4 Lingkup Kegiatan

Tabel 5. Alur Kegiatan dan Jadwal Pelaksanaan Proyek

No	Alur Kegiatan	Jadwal Pelaksanaan																			
		Juni				Juli				Agustus				September				Oktober			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Analisis SWOT	■	■	■																	
2	Pengumpulan data kebutuhan profesi				■	■	■														
3	Pengumpulan data kebutuhan materi ajar					■	■	■													
4	Pembuatan rancangan bentuk program profesi mengajar									■	■	■	■	■	■	■	■				
5	Pembuatan rancangan bentuk kerja sama sekolah dengan Peksy									■	■	■	■	■	■	■	■				
6	Pembuatan rancangan konsep school branding dengan <i>tagline mini campus</i>																	■	■	■	■
7	Laporan hasil rancangan program																				■

Sumber : Penulis (2024)

1.5 KPI (*Key Performance Indicator*)

Proyek : Profesi Mengajar

KPI proyek: Rancangan program *school branding* dengan tagline *mini campus* yang berawal dari program profesi mengajar.

Tabel 6. KPI (*Key Performance Indicator*)

Sub Proyek	KPI	Parameter	Baseline	Target
Rancangan program profesi mengajar	Sebuah dokumen pedoman pelaksanaan program	Terciptanya 1 pedoman untuk: penjarangan narasumber profesional, pelaksanaan pengajaran, dan evaluasi	Program baru sebatas ide dasar sehingga belum memiliki dokumen pedoman pelaksanaan program.	Pedoman lengkap pelaksanaan program dari proses perencanaan sampai evaluasi
Rancangan bentuk kerja sama sekolah dengan Peksy	Sebuah dokumen kerjasama sekolah dengan Peksy	Terciptanya 1 Kerangka Acuan Kerja (KAK)	Belum tersedia dokumen kerangka acuan kerjasama	Dokumen lengkap KAK yang memuat tanggung jawab masing-masing pihak
Rancangan konsep pemasaran <i>school branding</i> dengan tagline <i>mini campus</i>	Sebuah konsep model <i>school branding</i>	Terciptanya 1 cetak biru konsep model <i>school branding</i>	Belum ada konsep <i>school branding</i>	Rancangan konsep model <i>school branding</i> dengan tagline <i>mini campus</i>

Sumber : Penulis (2024)

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Landasan dan Filosofi Dasar Pendidikan Kosayu

Yayasan Kolese Santo Yusup mempunyai cita-cita menjadi komunitas belajar unggul berpedoman pada standar nasional, berorientasi global, yang menghayati nilai-nilai kasih, taat, kerja sama, dan disiplin. cita-cita ini menjadi semangat, seperti api yang terus menyala, untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat lewat penyelenggaraan Pendidikan usia Dini, Dasar, dan Menengah.

Yayasan Kolese Santo Yusup memfokuskan kegiatan kelembagaan pada pelayanan pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar dan pendidikan menengah. Prioritas pelayanan ini dipilih karena pelayanan pendidikan merupakan karya nyata yang dibutuhkan oleh manusia sepanjang zaman. Pendidikan adalah hal sangat penting dalam kehidupan manusia dan dampaknya sangat terasa bagi perkembangan masyarakat (bdk GE bagian Pendahuluan).

Keunggulan karya pelayanan pendidikan terletak dalam visi tentang manusia yang terkandung di dalamnya. Pendidikan menempatkan manusia sebagai subyek yang multidimensional. Dimensi-dimensi yang ikut membentuk manusia agar menjadi manusia yang utuh antara lain: dimensi intelektual, emosional, moral, sosial, dan spiritual. Pendidikan yang diselenggarakan oleh Yayasan Kolese Santo Yusup ingin menjangkau semua dimensi manusia tersebut secara utuh dan seimbang. Pendidikan Katholik terus menerus secara konsisten menampilkan kualitas sehingga mampu memperbesar daya tarik, daya saing, dan daya tahan yang

baik (Yusup, 2019).

2.2 Sejarah Yayasan Kosayu Malang

Mgr. A.E.J. Albers, O.Carm, alm. (Uskup Malang) pada tanggal 16 Januari 1951 menugasi Pastor Joseph Wang, CDD yang baru tiba dari Medan untuk mendirikan sekolah Katolik di Malang bagi anak-anak Cina yang pada waktu itu banyak sekali yang belajar di sekolah-sekolah Cina. Pada tanggal 21 Februari 1951, di Keuskupan Malang dibelilah gedung rusak bekas “Neutrale School” yang terletak di Jalan Dr. Soetomo 35 Malang, dengan luas tanah sekitar 5000 m². Di atas tanah itulah Sekolah Menengah Katolik akan didirikan dengan nama SM-RK Hua-Ind. Tgl. 16 April 1951 perbaikan gedung rusak itu dimulai.

Tgl. 15 Juli 1951 Sekolah Menengah dibuka secara darurat dengan upacara yang sangat sederhana. Tgl. 17 Juli 1951 pelajaran dimulai dengan 4 kelas dan 1 ruang kantor. Tgl. 5 Februari 1952 nama Santo Yusup dipilih sebagai pelindung sekolah yang peringatannya jatuh pada tanggal 19 Maret. Tgl. 19 Maret 1952 merupakan hari pembukaan resmi sekolah yang ditetapkan oleh Mgr. A.E.J. Albers, O.Carm, dengan dihadiri oleh pejabat pemerintah, para imam, biarawan/ti, dll. Tgl. 20 Desember 1953 Mgr. A.E.J. Albers, O.Carm, memerintahkan kepada Pastor Joseph Wang, CDD untuk membuka 1 kelas SMA. Tgl. 4 Januari 1954 satu kelas SMA bagian B dibuka dengan jumlah murid 27 orang.

Tahun 1972 dirasa perlu memindahkan TK-SD-SMP ke tempat lain, sehingga Jln. Dr. Soetomo 35 Malang hanya dipakai untuk SMA, tetapi yang terjadi adalah berbeda karena justru SMA yang harus pindah sebab lahan yang diperoleh ternyata terletak di Blimbing sehingga akan sulit bagi orang tua dan siswa TK-SD-SMP

yang pindah ke Blimbing. Lagipula, lahan tersebut lebih sesuai untuk perkembangan SMA selanjutnya. Tgl. 1 September 1974 gedung SMA di Blimbing dengan kapasitas 9 kelas mulai ditempati di atas tanah seluas 2 ha bekas sawah dan tanpa tetangga. Tgl. 1 Januari 1975 merupakan pembukaan tahun ajaran baru dengan menggunakan 9 kelas. Tgl. 19 Maret 1975 pembukaan resmi kompleks Blimbing oleh Wali Kota Malang Bpk. Sugiyono dan pemberkatan gedung oleh Mgr. F.X. Hadisumarta, O.Carm.

Tgl. 1 Januari 1976 asrama putra SMA mulai menempati gedungnya sendiri di Blimbing. Dari tahun ke tahun jumlah murid semakin bertambah sehingga perlu adanya penambahan fasilitas kelas dan penambahan fasilitas pelengkap lainnya. Dari tahun ke tahun jumlah murid semakin bertambah sehingga perlu adanya penambahan fasilitas kelas dan penambahan fasilitas pelengkap lainnya. Kualitas pendidikan di SMAK Kolese Santo Yusup diperkuat dengan adanya penetapan status TERAKREDITASI “A” sejak tahun 2007. Penetapan status disamakan terakhir berdasarkan Sertifikat Akreditasi Sekolah SMA yang diterbitkan oleh Badan Akreditasi Sekolah Nasional (BASN) tertanggal 19 November 2012 dengan nilai 91 dengan kategori A (Amat Baik) (Kosayu, 2022).

2.3 Visi Sekolah

“Menjadi komunitas belajar unggul berpedoman pada standar nasional, berorientasi global, yang menghayati nilai-nilai kasih, taat, kerja sama, dan disiplin.”

Kosayu merupakan komunitas belajar unggul. Komunitas belajar dipahami sebagai suatu konsep terciptanya masyarakat pembelajar di sekolah, yakni proses

belajar antara guru dengan guru, guru dengan siswa, siswa dengan siswa, bahkan antara masyarakat sekolah dengan masyarakat di luar sekolah. Unggul berarti memiliki nilai lebih dan nilai tambah.

Kosayu berpedoman pada standar nasional. Kaidah dan aturan yang dilaksanakan oleh Yayasan Kosayu berpedoman pada standar yang berlaku di Indonesia.

Kosayu berorientasi global, Kosayu melihat dan menyadari perkembangannya di tengah-tengah dunia. Dengan terlampauinya batas-batas primordial, Kosayu memandang dunia secara utuh. Kosayu tidak sekedar hadir, namun menjadi penyumbang serta ambil bagian dalam perkembangan dunia, melalui lingkungan yang terdekat.

Kosayu menghayati nilai kasih. Kristus adalah guru utama sehingga Kosayu menghayati nilai kasih yang bersumber pada kasih Kristus. Pada dasarnya, kasih ada di hati setiap orang, namun menjadi kabur ketika ambisi dan kosombongan menguasai diri. Kasih menjadi kekuatan Kosayu dalam bekerja sama dan mencapai cita-cita.

Kosayu menghayati nilai taat seperti Santo Yusup yang taat pada rencana dan kehendak Allah. Ketaatan bersumber pada ketulusan hati, bukan karena rasa takut. Ketaatan menunjukkan kerendahan hati dan sikap hormat. Sebagai komunitas, Kosayu memandang ketaatan sebagai kebajikan moral untuk secara tulus patuh kepada pihak yang memiliki otoritas lebih tinggi.

Kosayu menghayati nilai kerja sama sebagai kekuatan komunitas dalam mencapai tujuan dan cita-cita bersama. Nilai kerja sama menyadarkan bahwa

kompetisi atau persaingan tidak boleh menjadi penghalang dalam mewujudkan tujuan dan cita-cita bersama, namun justru sebagai pendorong untuk saling mendukung sesuai dengan kekhasan masing-masing.

Kosayu menghayati nilai disiplin sebagai proses belajar yang terus menerus dan konsisten. Dengan nilai disiplin, Kosayu mewujudkan keadaan yang tertib, sesuai aturan yang berlaku (Yusup, 2019)

2.4 Misi Sekolah

“Mewujudkan pendidikan kaum muda Indonesia seutuhnya melalui keunggulan akademik, kecakapan hidup, dan keterbukaan.”

Kaum muda merupakan manusia yang sangat terbuka terhadap segala nilai. Kosayu mengarahkan kaum muda dan mendidik mereka secara menyeluruh meliputi pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam relasi dengan lingkungan dan Tuhan.

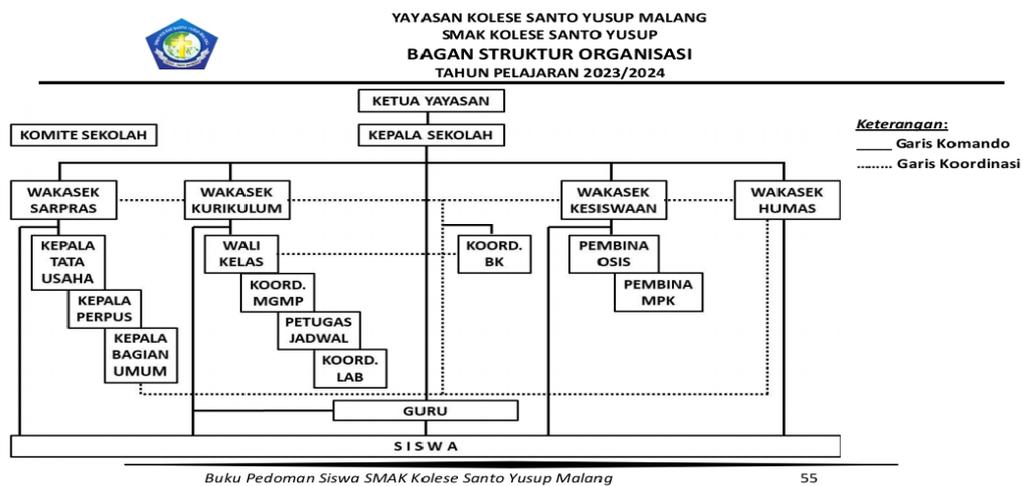
Keunggulan akademik tidak sekedar mengejar nilai akademik, tetapi menumbuhkan cinta akan ilmu pengetahuan sehingga tumbuh inovasi, kreasi, dan pembaharuan, baik dalam hidup maupun ilmu itu sendiri.

Kecakapan hidup merupakan keterampilan atau kemampuan untuk dapat beradaptasi dan berperilaku positif, yang memungkinkan seseorang mampu menghadapi berbagai tuntutan dan tantangan dalam kehidupan secara lebih efektif. Kecakapan hidup mencakup lima jenis, yaitu: kecakapan mengenal diri, kecakapan berpikir, kecakapan sosial, kecakapan akademik, dan kecakapan kejuruan (WHO, 1997).

Keterbukaan adalah sikap bersedia menerima perubahan atas perkembangan

dan kemajuan zaman, tanpa kehilangan jati diri (Yusup, 2019).

2.5 Struktur Organisasi Sekolah



Gambar 1. Struktur Organisasi SMAK Kosayu
Sumber : Buku Pedoman Siswa SMAK Kolese Santo Yusup Malang (2022)

2.6 Kegiatan Operasional

SMAK Kosayu bergerak di bidang pendidikan yang melaksanakan kegiatan proses belajar mengajar dengan berpedoman pada semua aturan pendidikan yang berlaku. Pada jenjang pendidikan fase E kelas 10, siswa belajar mata pelajaran umum untuk menjajaki semua materi yang ada. Pada akhir fase, siswa memilih mata pelajaran pilihan sesuai dengan jurusan di perguruan tinggi yang akan dipilih. Pada jenjang pendidikan fase F kelas 11, siswa sudah terbagi ke dalam kelas-kelas mata pelajaran pilihan. Pembelajaran di fase F bertujuan menyiapkan siswa untuk pengambilan mata kuliah di perguruan tinggi.

2.7 Permasalahan Yang Akan Dipecahkan

Kurangnya pemahaman terkait jurusan yang ingin diambil menimbulkan kebingungan pada banyak siswa. Pendampingan dari pihak sekolah telah dilakukan

oleh guru bimbingan konseling, wali kelas, maupun guru mata pelajaran yang berkaitan dengan pilihan siswa. Setelah mendapat pendampingan, siswa melakukan pengambilan mata pelajaran pilihan yang akan ditempuh di fase F kelas 11. Usaha pendampingan yang telah ditempuh antara lain: pengadaan tes psikologi terkait bakat dan minat siswa, konseling pribadi terkait pemilihan karier, maupun diskusi dengan wali murid terkait pilihan mata pelajaran siswa.

Materi pada mata pelajaran pilihan diatur untuk mendukung jurusan pada jenjang pendidikan lanjut. Banyaknya variasi jurusan yang ada sekarang menjadikan guru harus selalu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan. Perbedaan pengetahuan antara dunia pendidikan dengan kenyataan di lapangan dapat menyebabkan siswa sulit menyesuaikan diri atau merasa kecewa dengan pilihan jurusannya. Siswa merasa salah jurusan karena tidak sesuai dengan harapan di masa SMA, meskipun sekolah telah melakukan pendampingan dengan beberapa cara seperti yang telah disebutkan di atas.

Sekolah ingin meminimalisir kesalahan dengan cara mengkolaborasikan teori dari dunia pendidikan dengan kebutuhan dunia kerja. Salah satu cara yang sudah dilakukan adalah sekolah mengundang para alumni dengan profesi masing-masing untuk memberikan informasi terkait pekerjaannya. Menindaklanjuti kebutuhan kurikulum merdeka, penulis menawarkan proyek profesi mengajar untuk memberikan pembekalan yang lebih detail terkait profesi yang ingin dijalani. Kegiatan profesi mengajar diharapkan dapat meminimalisir kejadian siswa salah jurusan.

Keunikan dalam kegiatan ini diharapkan dapat memberi pembeda antara

SMAK Kosayu dengan sekolah lain. Keterlibatan para profesional dalam proses pembelajaran dapat membawa nuansa pembelajaran di perguruan tinggi ke dalam lingkungan sekolah. Hal ini menciptakan *brand* sekolah sebagai *mini campus*. Pada akhirnya tercipta sebuah *school branding* baru yang mampu meningkatkan minat calon siswa untuk menempuh pendidikan di SMAK Kosayu.

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 *School Branding*

Brand merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan keistimewaan, manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli. *Brand* (merek) juga dipandang sebagai sebuah identitas pembeda dan atribut penting dari sebuah produk (Sitorus, et al., 2020). Dalam dunia perguruan tinggi, *brand* (merek) adalah apa yang dapat Anda janjikan kepada mahasiswa, untuk meyakinkan mereka bahwa apapun yang terjadi, investasi mereka di perguruan tinggi itu sepadan (Fadholi, 2022). Menurut Dr. Marisa Haque dkk (2022), *brand* adalah nama, simbol atau identitas dari suatu produk yang dikeluarkan oleh perusahaan yang untuk mengenalkannya kepada konsumen melalui proses yang disebut Branding (Fauzi, Iskandar, Erlangga, Nurjaya, & Sunarsi, 2022). Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa brand adalah suatu identitas pembeda yang mampu memberikan manfaat istimewa.

Branding yang berhasil adalah dengan menciptakan sebuah *brand* yang dapat diidentifikasi produk, jasa atau orang yang membuat pembeli menerima nilai tambah yang sesuai dengan kebutuhan mereka (Sitorus, et al., 2020). Branding perguruan tinggi dapat diartikan upaya untuk mengkomunikasikan dan mewujudkan apa yang telah perguruan tinggi Anda janjikan (Fadholi, 2022). *Branding* adalah rangkaian kegiatan/upaya menjalin keakraban dengan masyarakat/konsumen/pelanggan untuk melahirkan kesuksesan di pasar, karena

jika mereka mengenal Anda, mereka akan membeli dari Anda (Fauzi, Iskandar, Erlangga, Nurjaya, & Sunarsi, 2022). Akhirnya *branding* dapat disimpulkan sebagai upaya mengkomunikasikan keistimewaan produk, sehingga menimbulkan minat beli.

School branding adalah sebuah usaha dalam memberikan merek kepada lembaga pendidikan dengan tujuan memberikan janji tentang kelebihan dan keunikan tentang lembaga pendidikan tersebut kepada calon konsumen, agar konsumen tertarik untuk memilih lembaga pendidikan tersebut (Rizkiyah, Istikomah, & Nurdyansyah, 2020). *School branding* merupakan upaya yang dilakukan satuan pendidikan untuk meningkatkan nilai ‘jual’ atau promosi suatu sekolah sekaligus menjaga eksistensi persaingan sekolah secara sehat dan dapat diterima di masyarakat (Susilo, 2022). *School branding* adalah kegiatan komersial atau komunikasi yang berfokus pada penciptaan identitas sekolah yang unggul dan unik bagi lembaga pendidikan agar konsumen dapat memilih sekolah (Santoso, Pramono, & Yusuf, 2021). Dari beberapa pendapat yang ada, *school branding* dapat diartikan sebagai upaya mengkomunikasikan keistimewaan yang dimiliki untuk meningkatkan nilai ‘jual’ sekolah sekaligus menjaga eksistensi persaingan sekolah secara sehat dan dapat diterima di masyarakat.

3.2 Tujuan *School Branding*

Tujuan *school branding* meliputi: membentuk persepsi publik, membangun kepercayaan publik terhadap merek, dan membangun kecintaan masyarakat terhadap merek (Malik, 2022). Selain itu, pengembangan *school branding* memerlukan inovasi yang kreatif dan selalu *up to date* mengikuti perkembangan

jaman. Hal tersebut bertujuan agar lembaga pendidikan formal dapat mengikuti perkembangan dunia dan dapat menarik perhatian masyarakat sehingga mampu bersaing di pasar (Ayunisa & Sholeh, 2022).

Menurut Huang dkk (2019) beberapa tujuan *school branding*, antara lain: Pertama, *school branding* membantu sekolah menciptakan daya tarik bagi calon siswa. Kedua, nama *school branding* meningkatkan peluang karier bagi siswa. Lulusan dari sekolah bergengsi akan lebih dihargai. Ketiga, *school branding* membantu menjaga dan memperluas hubungan dengan lembaga pendidikan dalam dan luar negeri, bisnis, dan organisasi sosial-ekonomi lainnya. Berkolaborasi dengan mitra asing mendorong sekolah untuk memiliki inisiatif baru dalam meningkatkan kurikulum, meningkatkan kualitas pengajaran, dan memperbarui tren terbaru dalam pendidikan dan pelatihan. Melalui kontribusi para pemangku kepentingan, sekolah akan mengembangkan program pelatihan berorientasi terbuka yang sesuai dengan kebutuhan praktis, membantu siswa menerapkan pengetahuan yang telah mereka pelajari, dan memenuhi kebutuhan pasar tenaga kerja. Meningkatkan kerja sama dengan organisasi bergengsi di dalam dan luar negeri dapat membantu sekolah menarik perhatian publik dan meningkatkan reputasi di masyarakat (Tien, Minh, & Dan, 2019).

Beberapa tujuan tersebut dapat dirangkum sebagai berikut: tujuan *school branding* adalah mengembangkan program pendidikan yang dapat memberikan bekal pengetahuan untuk memenuhi kebutuhan pasar tenaga kerja. Di samping itu, *school branding* juga bertujuan membangun kerja sama dengan pihak di luar sekolah untuk membentuk persepsi publik yang menarik bagi calon siswa.

3.3 Cara *School Branding*

Langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam membangun *school branding* menurut Rizkiyah dkk (2020) diantaranya yaitu:

1. Akreditasi kelembagaan. Untuk mencapai keberhasilan *school branding*, sekolah harus memiliki akreditasi minimal A.
2. Standar Manajemen Mutu. Mendapatkan sertifikat ISO adalah langkah awal untuk meningkatkan mutu layanan pendidikan dan meraih pengakuan internasional. Akan tetapi untuk mendapatkan sertifikat ISO ini membutuhkan biaya yang tidak sedikit, oleh karena itu bisa diatasi dengan menggunakan beberapa strategi guna tetap menjaga kualitas mutu. Seperti misal menggunakan langkah-langkah plan, do, check, action.
3. Tingkah laku siswa. Untuk membangun *school branding* salah satu faktor terpentingnya adalah tingkah laku siswa yang baik. Masyarakat akan menilai citra sebuah lembaga dari tingkah laku siswanya.
4. Prestasi siswa. Prestasi siswa dapat dikategorikan ke dalam keberhasilan suatu sekolah dalam mendidik siswanya. Tentu saja hal ini sangat berpengaruh dalam upaya pembentukan *school branding*. Adapun untuk mendorong banyak siswa memperoleh prestasi, kepala sekolah dapat memberikan fasilitas bimbingan minat dan bakat terhadap siswa baik dalam bentuk akademik dan non akademik, seperti jam pelajaran tambahan dan ekstrakurikuler.
5. Kualitas lulusan. Kualitas lulusan merupakan salah satu pembentuk *school branding* lembaga pendidikan, sehingga untuk mencapai kualitas lulusan yang baik diperlukan beberapa strategi yang dilakukan kepala sekolah.

6. Kegiatan unggulan sekolah. Adapun kegiatan unggulan sekolah ini dapat menarik minat dari para orang tua sehingga mampu menunjang keberhasilan dalam pembentukan *school branding*.
7. Hubungan Alumni. Tidak dapat dipungkiri hubungan alumni juga sangat berpengaruh, oleh karena itu untuk menjaga hubungan baik dengan alumni maka kepala sekolah melakukan langkah-langkah dengan selalu mengikut sertakan alumni dalam kegiatan-kegiatan sekolah. Bisa juga dengan cara mengikut sertakan alumni dalam kegiatan diskusi dalam rangka pengembangan sekolah, dengan cara membuat wadah untuk para alumni (Rizkiyah, Istikomah, & Nurdyansyah, 2020).

Menurut Muktar dalam Fadholi (2022), meningkatkan pelayanan prima pendidik maupun tenaga pendidikan untuk meningkatkan kualitas pendidikan. Bagi pendidik misalnya dengan menyelenggarakan pelatihan, mendatangkan ahli, melakukan studi banding, memberikan kesempatan untuk studi lanjut, menempatkan sesuai kompetensi keahliannya, serta melibatkan dalam diklat.

Model bisnis pendidikan dapat dilihat sebagai kombinasi yang harmonis antara organisasi nirlaba dan laba. Meski mengakui penyediaan layanan pendidikan dari perspektif bisnis, namun pendidik harus menyelaraskan budaya lembaga pendidikan dengan filosofi bisnis. Oleh karena itu, salah satu tugas utama proses *branding* sekolah adalah menciptakan nilai merek. Kualitas pendidikan merupakan faktor inti yang membuat *brand* pendidikan. Membangun dan mengembangkan merek sekolah berorientasi pada tujuan utama peningkatan kualitas pendidikan, memenuhi kebutuhan peserta didik dan kebutuhan sosial, sehingga membantu calon

peserta didik. Oleh karena itu, menciptakan nilai *brand* pendidikan adalah mengembangkan kualitas pendidikan yang lebih baik. Ada banyak faktor yang membentuk kualitas pendidikan, termasuk faktor dasar seperti: produk pendidikan dan pelatihan, distribusi formulir, harga layanan pelatihan, pembuatan proses pelatihan, orang, bukti materi, iklan atau komunikasi (Tien, Minh, & Dan, 2019).

Salah satu cara *school branding* dapat dirangkum sebagai pembuatan program unggulan sekolah bekerja sama dengan para profesional yang berasal dari alumni demi meningkatkan kualitas lulusan.

3.4 Inovasi Pendidikan

Inovasi merupakan kesuksesan secara sosial maupun ekonomi berkat diperkenalkannya cara baru dalam mentransformasi dari input menjadi output yang dapat menciptakan suatu perubahan-perubahan yang besar. Kata inovasi pendidikan merujuk kepada inovasi dalam bidang pendidikan atau inovasi untuk memecahkan masalah-masalah dalam dunia pendidikan (Kholifah, et al., 2021).

Inovasi pendidikan adalah pengembangan dan penerapan ide, konsep, metode, atau teknologi baru dalam konteks pendidikan yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas, kualitas, dan relevansi proses pembelajaran serta hasil belajar siswa (Rahmawati & Nurachadija, 2023). Hal ini dikuatkan dengan pendapat Astuti dkk (2023) bahwa inovasi pendidikan adalah inovasi untuk memecahkan masalah dalam pendidikan mencakup hal-hal yang berhubungan dengan komponen sistem pendidikan, baik sistem dalam arti sekolah, perguruan tinggi atau lembaga pendidikan yang lain, maupun sistem dalam arti yang luas misalnya sistem pendidikan nasional (Astuti, Aisyah, Karoma, & Astuti, 2023).

Kesimpulan yang dapat disarikan dari beberapa pendapat tersebut adalah inovasi pendidikan merupakan penerapan ide yang dapat memecahkan masalah pendidikan untuk meningkatkan efektivitas, kualitas, dan relevansi proses pembelajaran serta hasil belajar siswa.

3.5 Tujuan Inovasi Pendidikan

Tujuan dari inovasi pendidikan ini adalah sebagai pembaruan dari yang sudah ada sebelumnya (ide, alat, metode, dan sebagainya), misalnya dalam bidang pendidikan adalah terkait kurikulum. Inovasi dapat dilakukan dengan memperbaiki kurikulum, sehingga masalah-masalah yang sering terjadi di dalamnya akan teratasi dan ditemukan solusinya (Astuti, Aisyah, Karoma, & Astuti, 2023).

Tuntutan diadakan inovasi pendidikan yaitu adanya relevansi di dunia pendidikan terhadap kebutuhan masyarakat dalam dunia kerja, sehingga pendidikan dapat diperoleh dari dalam maupun luar sekolah. Kebutuhan untuk terus berinovasi di era globalisasi ini semakin meningkat seiring dengan meningkatnya tuntutan kehidupan yang penuh kompetisi dan sangat bergantung pada kompetensi (Kholifah, et al., 2021).

Inovasi pendidikan yang dikenal sebagai Kurikulum Merdeka bertujuan mengikuti perkembangan dunia yang semakin cepat dan dinamis agar relevan dan efektif dalam mempersiapkan siswa untuk menghadapi dunia yang kompleks (Syahbana, Asbari, Anggitia, & Andre, 2024).

Belajar dari beberapa pendapat yang ada, maka rangkuman tujuan inovasi pendidikan adalah menciptakan relevansi metode pendidikan dengan kebutuhan masyarakat dalam dunia kerja agar dapat mempersiapkan siswa untuk menghadapi

dunia yang kompleks.

3.6 Profesi Mengajar

Pada level Pendidikan tinggi, program Praktisi Mengajar merupakan salah satu inisiatif Kemendikbudristek dalam upaya mendekatkan para praktisi dan pakar dengan kampus. Proses belajar mengajar di kampus teridentifikasi memerlukan kolaborasi antara dosen dengan praktisi atau pakar di bidangnya masing-masing. Dalam program ini, mata kuliah dirancang dan dikelola secara bersama (kolaborasi) antara dosen dan praktisi, sehingga mahasiswa dapat memperoleh pembelajaran holistik yang menghubungkan teori dengan praktek lapangan agar menguasai kompetensi secara utuh (Waney, et al., 2024).

Program praktisi mengajar telah dilaksanakan sejak tahun 2020 dan sekarang telah memasuki Angkatan yang ke 5 pada tahun 2024. Slogan “membawa industri ke ruang kelas” menginspirasi para alumni SMAK Kosayu yang bergerak di bidang pendidikan untuk berbagi ilmu dengan adik kelasnya. Belajar dari program praktisi mengajar, maka SMAK Kosayu berusaha mengadopsi program tersebut ke dalam penerapan kurikulum merdeka di Fase F.

Program Ekspo Karier banyak menginspirasi pembuatan program profesi mengajar. Program ini lebih mengedepankan pemberian gambaran karier dari alumni kepada adik kelas. Hal ini senada dengan program yang dilakukan oleh SMA PL Van Lith berasrama Muntilan. Para siswanya tinggal dan turut berdinamika di tempat orang-orang yang memiliki profesi tertentu yang sesuai dengan pilihan anak (Meta, 2023). Siswa belajar langsung di praktek lapangan tentang profesi yang diinginkan. Praktek profesi juga dikenalkan SMA di

Kabupaten Bantul yang mengajak siswa berkegiatan secara aktif untuk memahami profesi apoteker dan pekerjaan kefarmasian. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah praktek pembuatan *hand sanitizer* (Hadning, Kurniawan, Rahajeng, & Utami, 2019). SMAK Kosayu mengkombinasikan sebagian kecil sistem pembelajaran program praktisi mengajar dengan sistem pembelajaran di sekolah-sekolah. Program ini dirancang untuk memberikan pengalaman belajar dari sudut pandang profesional.

SMAK Kosayu bekerja sama dengan Peksy dalam pelaksanaan program profesi mengajar. Peksy menyediakan personil dengan profesi tertentu yang bersedia mengajar. Sekolah menyediakan materi ajar yang disesuaikan dengan kebutuhan di lapangan. Materi yang ada telah melalui proses diskusi antara guru mata pelajaran dengan personil yang nantinya akan mengajar di kelas. Tema yang lebih berhubungan dengan pekerjaan di lapangan akan disampaikan oleh profesional.

Pada kurikulum merdeka ini, SMAK Kosayu ingin mengenalkan dunia kerja sejak dini. Informasi diawali dengan teori yang nantinya dibutuhkan di lapangan kerja. Penyampaian informasi dilakukan langsung oleh pelaku kerja. Hal ini bertujuan agar informasi yang diterima oleh siswa benar-benar sesuai dengan praktek di lapangan.

3.7 Dasar Hukum Profesi Mengajar

Dasar hukum program ini mengacu pada dasar hukum kurikulum merdeka, yaitu:

1. Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik

Indonesia Nomor 262/M/2022 Tentang Perubahan atas Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 56/M/2022 Tentang Pedoman Penerapan Kurikulum Dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran. Fokus utama pada Struktur Kurikulum SMA pada fase F yang tercantum di halaman 17. Dalam keterangan alokasi mata pelajaran SMA/MA/bentuk lain yang sederajat kelas XI disebutkan bahwa pengaturan mata pelajaran lainnya yang dikembangkan sesuai sumber daya yang tersedia diatur lebih lanjut oleh pemimpin unit utama yang membidangi kurikulum, asesmen, dan perbukuan.

2. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2022 Tentang Standar Proses Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah.

3.8 Kaitan School Branding dengan Program Profesi Mengajar

Mengacu pada definisi serta tujuan yang telah diberikan, maka dapat disimpulkan tentang keterkaitan antara *school branding* dengan program profesi mengajar. Sekolah perlu mengkomunikasikan keistimewaan yang dimiliki untuk meningkatkan nilai jualnya. Maka dari itu, hal pertama yang perlu dilakukan SMAK Kosayu adalah menciptakan inovasi pendidikan sebagai salah satu keistimewaan sekolah.

Penerapan kurikulum merdeka memberikan kebebasan pengaturan mata pelajaran yang ingin dikembangkan. SMAK Kosayu bekerja sama dengan para alumni, mencoba untuk mengadopsi Program praktisi mengajar ke dalam bentuk program profesi mengajar. Program ini bertujuan untuk meningkatkan relevansi metode pendidikan dengan kebutuhan masyarakat.

SMAK Kosayu memberikan bekal pengetahuan tentang pembelajaran di jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Dari sisi keilmuan, siswa juga mendapat pengetahuan praktis tentang profesi yang diinginkan sehingga dapat memantapkan pilihan siswa terhadap pilihan pendidikan tinggi.

			peminatnya	
		Tema dalam mata pelajaran yang paling dibutuhkan	Terdapat minimal 1 tema yang dapat diberikan oleh profesional dengan minimal 2 jadwal pertemuan dalam satu semester	RPP materi sebagai contoh panduan pengajaran suatu tema oleh profesional
		Rancangan program profesi mengajar	Terciptanya 1 pedoman untuk: penjaringan narasumber profesional, pelaksanaan pengajaran, dan evaluasi	Rancangan pedoman pelaksanaan program profesi mengajar
Rancangan bentuk kerja sama sekolah dengan Peksy	Sebuah dokumen kerjasama sekolah dengan Peksy	Pembuatan KAK kerjasama sekolah dengan Peksy	Terciptanya 1 dokumen KAK kerjasama sekolah dengan Peksy	Rancangan pedoman pelaksanaan KAK
Rancangan konsep pemasaran <i>school branding</i> dengan tagline <i>mini campus</i>	Sebuah konsep model <i>school branding</i>	Pembuatan rancangan konsep pemasaran melalui <i>school branding</i>	Terciptanya 1 cetak biru konsep model pemasaran <i>school branding</i>	Rancangan panduan pelaksanaan sistem <i>school branding mini campus</i>
		Laporan hasil rancangan program	1 dokumen pedoman pelaksanaan program	Kumpulan rancangan panduan pelaksanaan program

Sumber : Penulis (2024)

4.4 Pencapaian Indikator Keberhasilan Pelaksanaan Proyek

Tabel 9. Pencapaian Keberhasilan Pelaksanaan Proyek

Sub Proyek	KPI	Parameter	Baseline	Capaian
Rancangan program profesi mengajar	Sebuah dokumen pedoman pelaksanaan	Terciptanya 1 pedoman untuk: penjaringan	Program baru sebatas ide dasar sehingga belum	100%

	program	narasumber profesional, pelaksanaan pengajaran, dan evaluasi	memiliki dokumen pedoman pelaksanaan program.	
Rancangan bentuk kerja sama sekolah dengan Peksy	Sebuah dokumen kerjasama sekolah dengan Peksy	Terciptanya 1 Kerangka Acuan Kerja (KAK)	Belum tersedia dokumen kerangka acuan kerjasama	100%
Rancangan konsep pemasaran <i>school branding</i> dengan tagline <i>mini campus</i>	Sebuah konsep model <i>school branding</i>	Terciptanya 1 cetak biru konsep model <i>school branding</i>	Belum ada konsep <i>school branding</i>	100%

Sumber : Penulis (2024)

4.5 Realisasi Proyek

Laporan pengukuran KPI dalam pelaksanaan proyek adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data jumlah penerimaan siswa dari SMP internal selama 3 tahun terakhir

Penulis mengumpulkan data terkait penerimaan siswa di SMAK Kosayu pada tahun 2021, 2022, dan 2023. Data lebih terfokus pada jumlah siswa dari SMPK Kosayu yang dianggap sebagai SMP internal karena berada dalam naungan satu yayasan dengan SMAK Kosayu. SMP internal dianggap paling mengenal SMAK Kosayu, sehingga dapat menjadi tolak ukur minat siswa SMP lain yang akan melanjutkan pendidikan di SMAK Kosayu.. Jika siswa SMP internal mengalami penurunan minat terhadap SMAK Kosayu, terlebih pada siswa SMP lain yang belum mengenal SMAK Kosayu.

Tabel 10. Persentase lulusan SMPK Kosayu yang melanjutkan ke SMAK Kosayu

Tahun	SMPK Kosayu 1			SMPK Kosayu 2		
	Siswa yang daftar ulang	Total siswa	Persentase	Siswa yang daftar ulang	Total siswa	Persentase
2021	46	76	61%	127	164	77%
2022	67	114	59%	86	132	65%
2023	56	96	58%	88	134	66%
Rata-rata			59%			69%

Sumber : Data Penerimaan Peserta Didik Baru di SMAK Kosayu (2023)

Beberapa alasan siswa SMP internal yang tidak melanjutkan studi ke SMAK kosayu, antara lain: tingginya biaya sekolah, ingin mencari sekolah yang dekat dengan tempat tinggal, ingin mencari suasana belajar yang berbeda, dukungan terhadap kegiatan lomba maupun beasiswa di sekolah lain, takut dengan tekanan akademik serta pengaruh orang tua atau keluarga yang memiliki pandangan tertentu terhadap SMAK Kosayu. Data ini diperoleh dari hasil diskusi ringan antara Kepala Sekolah dan guru SMP internal dengan beberapa siswanya.

Pada saat terjadi penurunan jumlah dari tahun sebelumnya selama tiga tahun berturut-turut, maka hal ini dapat dijadikan bahan evaluasi bagi SMAK Kosayu. Berawal dari data inilah, maka SMAK Kosayu perlu meningkatkan jumlah peminat dari SMP internal melalui suatu program. SMAK Kosayu merasa perlu membuat *branding* baru. Sasaran pertamanya adalah siswa SMP internal yang dianggap paling dekat dan mengenal SMAK Kosayu.

Selama ini, sekolah hanya mencatat jumlah penerimaan siswa baru tanpa menganalisis tindak lanjut yang dapat dilakukan berdasarkan data tersebut. Sekolah lebih memfokuskan diri hanya kepada pemenuhan jumlah total kuota penerimaan

siswa baru, tetapi belum memetakan prioritas sasaran pemasaran.

Berdasarkan data di atas, capaian KPI dapat dikategorikan berhasil 100% dengan cara memperoleh data lengkap. Data tersebut menjadi dasar dalam penentuan kepentingan pemasaran sekolah. Di samping itu, data tersebut menjadi alasan pelaksanaan KPI selanjutnya.

2. Analisis data kebutuhan sekolah dengan metode SWOT

Tabel 11. Matrix SWOT

	<p>Strength</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alumni yang lebih dari 20.000 dan tersebar di berbagai kota baik dalam negeri maupun luar negeri 2. SDM yang memiliki kualifikasi baik yang dibuktikan dengan hasil lulusan 3. Ranking sekolah dalam 100 besar nasional dan 5 besar provinsi Jawa Timur berdasarkan kualifikasi dari LTMPT 4. Sekolah swasta terbaik di kota Malang menurut ranking LTMPT 5. Juara DBL untuk east west Java 	<p>Weakness</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak semua alumni terlibat aktif dalam Peksy 2. Belum adanya pemanfaatan kemampuan SDM secara maksimal 3. Pandangan masyarakat bahwa Kosayu memiliki sistem pendidikan yang tradisional 4. Sistem pemasaran banyak mengandalkan <i>word of mouth</i> 5. Kurangnya inovasi dalam variasi kegiatan non akademik
<p>Opportunities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jaringan alumni yang tersebar dan bersedia mendukung program sekolah 2. Testimoni baik dari alumni 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembuatan program yang melibatkan alumni (S1,O1) 2. Alumni yang bersedia terlibat dalam kegiatan akademik maupun 	<p>Strategi WO</p> <p>Pembuatan program inovasi dengan memaksimalkan kemampuan SDM sehingga mampu mengubah pandangan</p>

<ol style="list-style-type: none"> 3. Sarana prasarana yang mendukung kegiatan akademik dan non akademik 4. Siswa yang berasal dari 27 provinsi 5. Wali murid yang bersedia mendukung kegiatan sekolah 	<p>non akademik sebagai bentuk dukungan terhadap kualitas SDM (S2,O2) & (S3&S4,O2)</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Pembuatan program yang melibatkan siswa & orang tua untuk meningkatkan kualitas akademik dan non akademik (S4&S5, O4&O5) 	<p>masyarakat (W2,W3,W5 & O2,O3)</p>
<p>Threats</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak semua alumni berkenan mempercayakan pendidikan putra-putrinya di SMAK Kosayu 2. Sekolah kehilangan ciri khas disiplin dengan tuntutan pendidikan dari orang tua 3. Tidak memiliki inovasi sistem pemasaran 4. Tidak adanya kesinambungan kurikulum dari TK sampai SMA 5. Biaya pendidikan tertinggi di antara SMA katolik Malang 	<p>Strategi ST</p> <p>Penyesuaian kurikulum sehingga terjadi kesinambungan antara tingkat Pendidikan sebelum SMA dan setelah SMA. Sasaran pertama adalah penyesuaian dengan kurikulum setelah SMA (S2,T4)</p>	<p>Strategi WT</p> <p>Pembuatan program pemasaran baru yang memanfaatkan kemampuan SDM dan mengatur kesinambungan kurikulum dari TK bahkan sampai ke perguruan tinggi (W2,W4 & T4)</p>

Sumber : Penulis (2024)

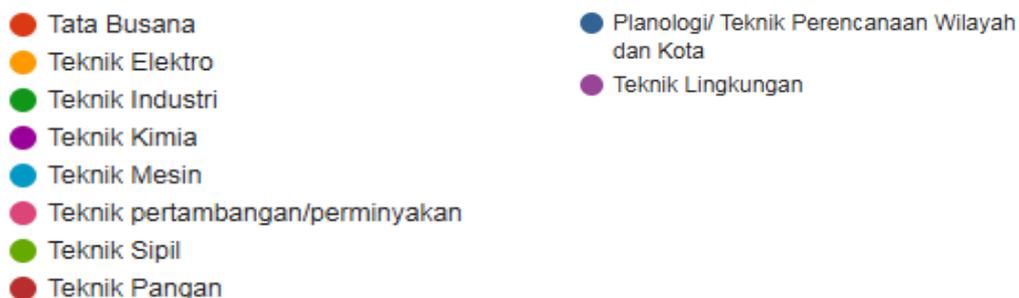
Teknik yang digunakan adalah analisis dan matriks SWOT. Dari hasil analisis, diperoleh informasi bahwa perlu adanya program inovasi yang mampu mengubah pandangan masyarakat terhadap sekolah. Keberhasilan memperoleh data analisis lengkap membuktikan bahwa pencapaian KPI dapat dikategorikan 100%. Data ini menunjukkan perlu adanya pembentukan *school branding* yang baru.

Program pembentukan *school branding* dirancang dengan memaksimalkan kemampuan SDM dan kesinambungan kurikulum SMA dengan pendidikan setelah SMA. Rancangan kegiatan yang dapat mengakomodasi hal tersebut disusun dalam sebuah program profesi mengajar.

4. Pengumpulan data kebutuhan profesi pilihan siswa untuk program profesi mengajar

Dalam kegiatan tahunan yang bertema Ekspo Karier, sekolah mengumpulkan data jenis karier sesuai pilihan siswa. Data diperoleh berdasarkan pilihan siswa kelas 10, 11, dan 12. Keanekaragaman pilihan karier tersebut dikelompokkan ke dalam 42 jenis karier seperti pada daftar berikut:

- | | |
|---|-------------------------------|
| ● Aktuaria/ Matematika | ● Desain Interior |
| ● Akuntansi / Finance | ● Farmasi |
| ● Animasi/ DKV | ● Game Developer |
| ● Arsitektur | ● Hubungan Internasional (HI) |
| ● Bahasa dan Sastra | ● Hukum |
| ● Biologi, Bioteknologi, Biomedicine/Bio... | ● Ilmu Komunikasi |
| ● Cinematografi/perfilman | ● Perhotelan dan Pariwisata |
| ● Cullinary | ● Pendidikan |
| ● Kedokteran hewan | ● Pertanian/Perhutanan |
| ● Kedokteran gigi | ● Pilot |
| ● Manajemen Bisnis | ● Polisi / TNI |
| ● MUA (Make Up Artist)/ tata rias | ● Psikologi |
| ● Musik | ● Sejarah |
| | ● Seni |



Gambar 2. Pilihan Karier Siswa Pada Acara Ekspo Karier
Sumber: Data Ekspo Karier 2023

Data tersebut memberikan informasi tentang variasi pilihan karier siswa serta jumlah peminat pada karier tersebut. Perolehan data lengkap ini menunjukkan keberhasilan pencapaian KPI secara penuh 100% dan menjadi dasar informasi pencapaian KPI selanjutnya.

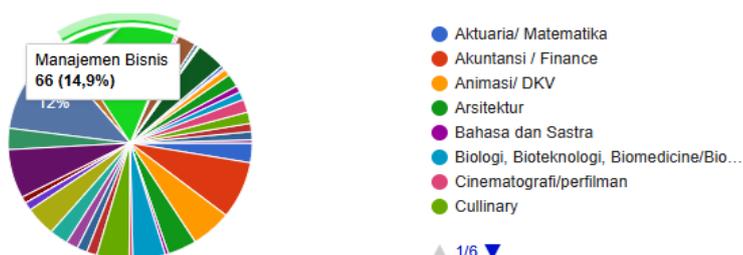
5. Data profesi yang paling diminati

Setelah dilakukan pengelompokkan karier, maka diperoleh 3 pilihan yang paling banyak diminati oleh siswa kelas 12. Pengambilan data lebih mengutamakan pilihan kelas 12 karena dianggap lebih serius dalam memilih. Jurusan yang paling diminati secara berurutan adalah manajemen bisnis, kedokteran, akuntansi/keuangan. Jurusan tersebut berkaitan dengan profesi wirausahawan, dokter umum, dan akuntan.

Pilihan jurusan / karier pertama yang diminati

442 jawaban

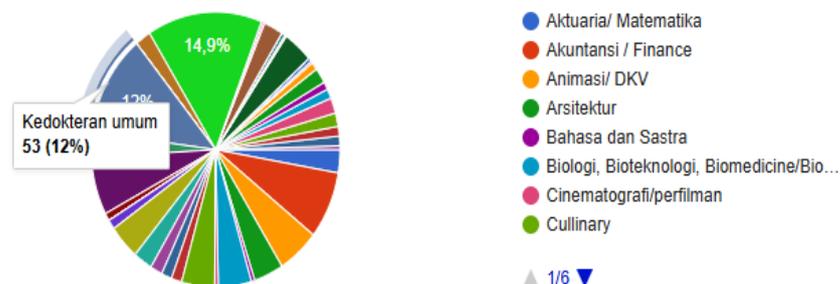
[Salin diagram](#)



Pilihan jurusan / karier pertama yang diminati

[Salin diagram](#)

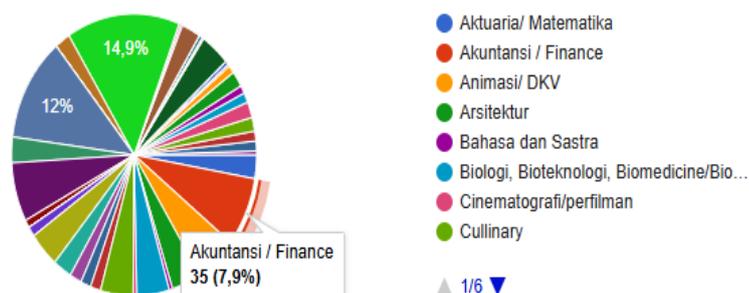
442 jawaban



Pilihan jurusan / karier pertama yang diminati

[Salin diagram](#)

442 jawaban



Gambar 3. Diagram Pilihan Jurusan
Sumber: Data Ekspo Karier 2023

Data ini menunjukkan keberhasilan pencapaian KPI secara lengkap 100%. Dari 442 siswa yang memberikan pilihan, program studi manajemen bisnis mendapat respon dari 66 siswa. Hal ini menjadikan bisnis sebagai peringkat pertama pilihan karier siswa. Peringkat kedua ditempati oleh profesi dokter yang dipilih oleh 53 siswa. Karier di bidang akuntansi menjadi pilihan ketiga yang dipilih oleh 35 siswa. Ketiga pilihan ini menjadi sampel uji coba proyek profesi mengajar dalam menentukan mata pelajaran pilihan pendukung karier.

6. Tema mata pelajaran yang paling dibutuhkan

Berdasarkan data profesi dan jurusan yang paling diminati, maka dilakukan pemetaan mata pelajaran yang mendukungnya. Jurusan manajemen bisnis didukung oleh mata pelajaran ekonomi. Jurusan kedokteran didukung oleh mata pelajaran biologi. Jurusan akuntansi/keuangan didukung oleh mata pelajaran akuntansi bisnis.

Setelah berdiskusi dengan guru yang mengampu mata pelajaran ekonomi dan akuntansi bisnis, maka penulis mendapat masukan untuk lebih menitikberatkan pada tema mata pelajaran akuntansi bisnis. Hal ini mempertimbangkan bahwa kedua mata pelajaran ini termasuk dalam rumpun jurusan yang sama yaitu ekonomi.

Diskusi dengan guru biologi menghasilkan informasi bahwa tema yang paling cocok dapat diambil dari materi di kelas 11. Tema ini sangat berhubungan dengan profesi dokter. Seorang profesional dipandang mampu memberikan wawasan lebih mendalam tentang keterkaitan teori dan kebutuhan di lapangan.

Masukan tentang tema yang paling cocok untuk diberikan oleh seorang profesional adalah:

- a. Mata pelajaran: Akuntansi Bisnis

Tema: Etika bisnis

Rancangan pembelajaran:

35 / 44 | - 80% + | □ ◊

Peran Akuntan dengan Sistem Informasi

- a. Akuntan sebagai pengguna
Seorang akuntan harus menyediakan gambaran yang jelas mengenai berbagai kebutuhan mereka kepada para ahli yang mendesain sistem mereka. Partisipasi akuntan dalam pengembangan sistem haruslah aktif, bukan pasif. Penyebab utama kesalahan desain yang mengakibatkan kegagalan sistem adalah akibat dari tidak adanya keterlibatan pengguna
- b. Akuntan sebagai desainer
Seorang akuntan bertanggungjawab atas berbagai aspek utama dalam sistem informasi, termasuk menilai kebutuhan informasi para pengguna, menetapkan isi dan format output laporan, menspesifikasikan sumber data, memilih kebijakan akuntansi yang tepat, serta menentukan pengendalian yang dibutuhkan untuk menjaga integritas dan efisiensi sistem informasi
- c. Akuntan sebagai auditor sistem
 - i. Auditor eksternal,
Memberikan jasa kepastian, yaitu layanan profesional, termasuk fungsi pembuktian, dan yang didesain untuk meningkatkan kualitas informasi, baik yang keuangan maupun nonkeuangan, yang digunakan oleh para pembuat keputusan.
Melakukan pembuktian atas integritas berbagai elemen sistem informasi perusahaan yang menjadi semakin rumit dengan adanya teknologi komputer. Secara berkala, auditor harus mengevaluasi berbagai komponen pilihan dari sistem informasi akuntansi untuk menetapkan tingkat kesesuaiannya dengan tujuan dan standar pengendalian internal perusahaan.
 - ii. Auditor internal,
Merupakan fungsi penilaian yang berada dalam perusahaan. Auditor internal melakukan banyak sekali aktivitas atas nama perusahaan, seperti audit laporan keuangan, mempelajari kesesuaian operasional perusahaan dengan kebijakan perusahaan, mengkaji kesesuaian perusahaan dengan kewajiban hukum,

AKUNTANSI BISNIS SEMESTER 4 35

Gambar 4. Materi Akuntansi Bisnis
Sumber: Modul ajar Akuntansi Bisnis (2024)

b. Mata pelajaran: Biologi

Tema: Sistem imun

Rancangan pembelajaran:

1 / 6 | - 80% + | [] []



BAB III SISTEM IMUNITAS	
Identitas Sekolah	SMAK Kolese Santo Yusup Malang
Target Peserta didik	Kelas 11 Fase F
Alokasi Waktu	25 x 45 menit
Tahun Pelajaran	2024 – 2025
Penyusun	Hotmaida Sidauruk

CAPAIAN PEMBELAJARAN
Peserta didik memahami struktur organ pada sistem imunitas dengan fungsinya dalam merespon stimulus internal dan eksternal

PROFIL PELAJAR PANCASILA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bernalar kritis dikembangkan melalui pemecahan masalah yang berkaitan dengan kelainan atau gangguan yang muncul pada sistem organ manusia. 2. Kreatif dikembangkan melalui praktikum dan analisis terhadap struktur organ pada sistem organ dan fungsinya. 3. Bergotong royong dikembangkan melalui praktikum dan analisis terhadap struktur organ pada sistem organ dan fungsinya secara berkelompok

MODEL PEMBELAJARAN
<i>Problem Based Learning</i>

KOMPETENSI AWAL
Pemahaman sederhana tentang keterkaitan struktur organ pada sistem imunitas dengan fungsinya dalam merespon stimulus internal dan eksternal

TUJUAN PEMBELAJARAN
Siswa mampu mengumpulkan data melalui penyelidikan ilmiah yang berkaitan dengan kelainan sistem imunitas manusia akibat imunodefisiensi, autoimunitas, dan hipersensitivitas serta cara penanggulangannya berdasarkan perkembangan teknologi

Gambar 5. Rancangan Pelaksanaan Pengajaran Biologi
Sumber: Modul ajar Biologi (2024)

Data ini menunjukkan bahwa KPI dapat tercapai sepenuhnya untuk perolehan tema yang berkaitan dengan profesi paling diminati. Pencapaian ini dapat dikategorikan berhasil 100%. Data yang berhasil diperoleh mulai dari tema, rancangan pembelajaran serta contoh bahan ajar.

7. Rancangan program profesi mengajar

Pada era kurikulum 13, pemilihan jurusan di SMAK Kosayu dilakukan pada akhir semester 2 di kelas 10. Mata pelajaran dalam jurusan masih berupa paket IPA

(Ilmu Pengetahuan Alam), IPS (Ilmu Pengetahuan Social), dan Bahasa. Paket IPA terdiri dari mata pelajaran matematika, biologi, kimia, fisika. Paket IPS terdiri dari mata pelajaran sosiologi, geografi, sejarah, ekonomi. Paket Bahasa terdiri dari mata pelajaran bahasa Inggris, bahasa Mandarin, bahasa Jepang, antropologi. Siswa memilih paket dan harus menyesuaikan diri dengan semua mata pelajaran yang ada dalam paket tersebut. Seorang siswa yang ingin menjadi dokter harus mengambil paket jurusan IPA dan mempelajari fisika, meskipun ilmu tersebut tidak terlalu dibutuhkan pada jurusan kedokteran.

Dalam pelaksanaan kurikulum merdeka, metode pemilihan jurusan tidak menggunakan sistem paket. Siswa lebih bebas memilih 4 mata pelajaran pilihan yang disesuaikan dengan kebutuhan studi lanjutnya. Siswa yang ingin mengambil jurusan manajemen hanya diwajibkan mengambil mata pelajaran ekonomi dan matematika (sesuai SK Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi no 345/M/2022). Siswa bebas memilih 2 mata pelajaran pilihan lain yang ditawarkan oleh kurikulum sekolah dengan mempertimbangkan kesesuaian bakat dan minatnya.

Mata pelajaran pilihan memiliki materi yang lebih khusus untuk persiapan siswa dalam pemilihan jurusan di perguruan tinggi dan cita-cita profesi yang akan dijalani. Sekolah dapat bekerja sama dengan para profesional untuk memberikan bekal pengetahuan yang sesuai dengan kondisi di lapangan. Beberapa sekolah juga bekerja sama dengan profesi tertentu untuk memberikan bekal kepada para siswanya, namun lebih banyak dalam bentuk informasi profesi. SMAK Kosayu ingin mengajak para profesional memberikan informasi dalam bentuk materi mata

pelajaran yang berhubungan langsung dengan profesi, sehingga siswa dapat menerima gambaran penggunaan tema tersebut di lapangan.

Rancangan program profesi mengajar dituangkan dalam bentuk buku panduan pelaksanaan program. Kelengkapan panduan menunjukkan keberhasilan pencapaian KPI secara penuh 100%.

BUKU PANDUAN PROFESI MENGAJAR

Catatan penggunaan: Buku panduan profesi mengajar tahun 2024 dapat digunakan sebagai dasar pelaksanaan program profesi mengajar tahun 2024. Buku ini menjadi panduan bagi profesional yang akan mengajar, Peksy, serta SMAK Kosayu.

Bab 1

Pendahuluan

A. Latar Belakang

Dalam rangka peningkatan prestasi, SMA Kosayu membuat program tahunan yang berbeda dari sekolah-sekolah lain berupa Ekspo Karier yang bekerja sama dengan para alumni. SMA Kosayu mengundang para alumni yang tersebar di berbagai profesi untuk berdiskusi dengan adik kelas yang masih menempuh pembelajaran di SMA Kosayu. Sekolah tidak hanya memfasilitasi satu atau beberapa profesi tertentu, tetapi sekolah berusaha mewadahi semua profesi.

Siswa dibagi dalam kelas-kelas karier sesuai dengan pilihan yang diminati. Para Gege/Cie-cie (sebutan untuk alumni Kosayu) memberikan informasi terkait profesi yang sedang ditekuninya. Keuntungan lain yang diperoleh dari acara ini adalah terjadinya reuni antar alumni dari berbagai angkatan, sehingga sharing yang terjadi bukan hanya kepada para adik kelas, lebih luas lagi antar berbagai profesi yang ditekuni oleh para alumni.

Bertambahnya ragam profesi baru yang bermunculan menimbulkan kesulitan mencari narasumber untuk kelas karier. Perbedaan minat karier mengakibatkan beberapa profesi baru yang diminati siswa, belum memiliki alumni yang menekuni bidang tersebut. Salah satu contoh profesi adalah culinary reviewer.

Berawal dari keinginan untuk meningkatkan kualitas sekolah sebagai faktor utama yang harus diperhatikan dalam persaingan antar sekolah serta kebutuhan untuk membentuk ciri khas sekolah, maka dirancanglah proyek untuk membangun school branding. Belajar dari program-program yang sudah dilaksanakan oleh sekolah lain, maka SMAK Kosayu ingin membuat inovasi dan memperluas jaringan kolaborasi dengan PEKSY (Persaudaraan Eks Siswa-Siswi Kosayu) sebagai salah

satu usaha dalam pembentukan school branding.

Para alumni diajak untuk terlibat aktif dalam pembelajaran mata pelajaran di sekolah. Para alumni tidak terbatas hanya memberikan informasi terkait profesi, tetapi lebih jauh kepada materi pelajaran yang mendukung untuk menjalankan profesi tersebut. Sesuai dengan misi SMAK Kosayu, siswa diberi bekal pengetahuan berupa kecakapan hidup untuk profesi yang ingin dijalani. Mengacu pada pedoman pembelajaran kurikulum merdeka, para profesional akan memberikan materi di fase F. Pada fase ini siswa telah memilih mata pelajaran yang lebih khusus untuk menghantarkan mereka pada pemilihan jurusan di perguruan tinggi.

Penerapan kurikulum merdeka memberikan kebebasan pengaturan mata pelajaran yang ingin dikembangkan. SMAK Kosayu bekerja sama dengan para alumni, mencoba untuk mengadopsi Program praktisi mengajar ke dalam bentuk program profesi mengajar. Program ini bertujuan untuk meningkatkan relevansi metode pendidikan dengan kebutuhan masyarakat.

B. Landasan Hukum

Dasar hukum program ini mengacu pada dasar hukum kurikulum merdeka, yaitu:

1. Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 262/M/2022 Tentang Perubahan atas Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 56/M/2022 Tentang Pedoman Penerapan Kurikulum Dalam Rangka Pemulihan Pembelajaran. Fokus utama pada Struktur Kurikulum SMA pada fase F yang tercantum di halaman 17. Dalam keterangan alokasi mata pelajaran SMA/MA/bentuk lain yang sederajat kelas XI disebutkan bahwa pengaturan mata pelajaran lainnya yang dikembangkan sesuai sumber daya yang tersedia diatur lebih lanjut oleh pemimpin unit utama yang membidangi kurikulum, asesmen, dan perbukuan.
2. Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2022 Tentang Standar Proses Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah. Fokus aturan pada Bab III tentang Pelaksanaan Pembelajaran.

C. Tujuan

Program profesi mengajar memfokuskan tujuan pada:

1. Meningkatkan kualitas lulusan SMAK Kosayu
2. Memberikan gambaran pembelajaran mata pelajaran pilihan yang berkaitan dengan profesi pilihan siswa.
3. Memberikan pengalaman belajar di perguruan tinggi untuk siswa tingkat SMA
4. Meningkatkan pengetahuan siswa melalui kolaborasi pembelajaran antara guru

dan profesional

5. Menambah pengetahuan siswa tentang kaitan ilmu pengetahuan terkini dan penggunaannya di dunia kerja
6. Mengembangkan kerja sama antara sekolah dan Peksy.

D. Waktu Pelaksanaan

Program dilaksanakan dalam masa pembelajaran aktif, baik semester genap maupun semester ganjil di tahun pelajaran yang sedang berjalan. Seorang profesional mengajar dalam mata pelajaran tertentu sebanyak minimal 2 (dua) kali pertemuan. Jumlah jam pelajaran dalam setiap pertemuan akan menyesuaikan dengan pembagian jam pada jadwal kurikulum. Jadwal mengajar akan diatur bersama dengan guru kelas yang mengampu mata pelajaran tersebut.

E. Indikator Luaran

Indikator luaran yang ingin dicapai adalah adanya kolaborasi antara sekolah dan Peksy untuk memberikan pengalaman belajar di perguruan tinggi. Di samping itu, program ini dapat menjadi aksi nyata *pay it forward* Peksy untuk almamater.

Bab II

Persyaratan Pendaftaran

A. Koordinator program adalah

1. Perwakilan yang ditunjuk oleh SMAK Kosayu sebagai coordinator program
2. Memiliki kewenangan untuk mengkoordinir para guru dan Peksy yang terlibat dalam program
3. Mengkoordinir jalannya program

B. Profesi

Persyaratan professional yang dapat terlibat dalam program profesi mengajar adalah:

1. Memiliki pengalaman dalam bidang ilmu dan/atau kompetensi keahlian minimal 5(lima) tahun secara berturut-turut
2. Lulusan minimal strata 1 (S1)
3. Tidak mengajar di tingkat pendidikan yang sama atau setara SMA
4. Mampu berkomunikasi dengan baik dalam pengajaran
5. Anggota Peksy

C. Mata Pelajaran

Kriteria mata pelajaran yang dapat menjalankan program profesi mengajar adalah adanya relevansi antara tema materi ajar dan kemampuan atau pengalaman yang dimiliki oleh profesional untuk menjawab kebutuhan pengalaman belajar versi

perguruan tinggi yang bermakna.

Bab III

Pelaksanaan Program

A. Alur Pelaksanaan Program

1. Persiapan pembelajaran
2. Pembagian tugas mengajar
3. Pencarian narasumber profesi
4. Pemilihan bentuk dan metode pengajaran
5. Pelaksanaan pengajaran
6. Evaluasi pengajaran

No	Alur Pelaksanaan Program	Penanggung Jawab
1	Persiapan pembelajaran: Mulai dari penentuan Capaian Pembelajaran (CP) sampai evaluasi pembelajaran	Musyawarah guru mata pelajaran (MGMP)
2	Pembagian tugas mengajar di antara guru MGMP dan Profesional	Koordinator mata pelajaran
3	Pencarian narasumber profesi	Koordinator mata pelajaran bekerja sama dengan koordinator program
4	Memilih dan mengembangkan bentuk serta metode pembelajaran yang meliputi: Tujuan pembelajaran, langkah-langkah pembelajaran serta asesmen pembelajaran	Professional yang akan mengajar
5	Pelaksanaan pengajaran	Profesional yang berasal dari alumni
6	Melakukan evaluasi pengajaran dengan kata kunci : harus menghadirkan pengalaman belajar yang bermakna bagi peserta didik	Koordinator program

B. Penjaringan Profesi

Metode penjaringan profesi dilakukan dengan cara bekerja sama dengan pengurus Peksy. Alur kegiatan penjaringan adalah sebagai berikut:

1. Koordinator program mengirimkan daftar kebutuhan profesi kepada pengurus Peksy

2. Pengurus Peksy melakukan penjangkaran melalui jaringan internal Peksy
3. Profesional yang berminat dapat mengisi form pendaftaran
4. Koordinator program melakukan seleksi
5. Koordinator program menghubungi profesional yang lolos seleksi untuk mengatur jadwal koordinasi dengan guru mata pelajaran

C. Pelaksanaan Pengajaran

Profesional melakukan pengajaran sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Sebelum pelaksanaan, profesional memilih dan mengembangkan bentuk serta metode pembelajaran yang meliputi: tujuan pembelajaran dan langkah-langkah pembelajaran. Semua rancangan pembelajaran tetap dikoodinasikan dengan guru mata pelajaran.

Pelaksanaan pengajaran di lapangan dilakukan sesuai perencanaan yang telah dibuat dengan menyesuaikan kondisi lingkungan belajar saat itu. Setelah melaksanakan program, profesional wajib mengisi jurnal mengajar serta membuat laporan sesuai dengan panduan yang dibuat oleh koordinator program. Di samping itu, profesional dapat memberikan masukan kepada guru mata pelajaran sebagai umpan balik kegiatan kelas selanjutnya

Bab IV

Manajemen Kualitas

A. Tim Manajemen Kualitas

Sekolah bekerja sama dengan Peksy membentuk tim untuk membuat alat pengukuran kualitas program. Tim ini terdiri dari perwakilan berbagai pihak yang terlibat dalam perancangan program. Tim ini berkoordinasi dengan koordinator program untuk seluruh kegiatan pengukuran kualitas program.

B. Evaluasi Program

Bentuk evaluasi dirancang oleh tim manajemen kualitas dengan sistem evaluasi 360 derajat. Evaluasi program bertujuan untuk memberikan umpan balik pelaksanaan program, sehingga terjadi kesinambungan pengembangan program. Pihak-pihak yang terlibat dalam pemberian evaluasi antara lain:

1. Guru mata pelajaran
2. Guru sesama bidang studi yang paralel dalam pengajaran
3. Profesional yang mengajar
4. Siswa
5. Wali murid
6. Laboran (jika terlibat)
7. Wali kelas (jika terlibat)

C. Laporan Kegiatan

Laporan kegiatan dibuat oleh profesional yang mengajar, guru mata pelajaran, serta koordinator program dengan pembagian waktu sebagai berikut:

Pembuat laporan	Periode laporan	Isi laporan
Profesional yang mengajar	Setelah selesai proses pengajaran	Proses pengajaran
Guru mata pelajaran	Akhir semester	Keterkaitan program dengan materi yang lain dalam satu semester
Koordinator program	Akhir periode program	Evaluasi program dari masing-masing mata pelajaran

Bab V

Penghargaan Bagi Profesi

A. Sumber dana

Sumber dana pelaksanaan program profesi mengajar diperoleh dari dana sekolah untuk pos kurikulum yang dirancang dalam Rancangan Kerja Anggaran dan Belanja Sekolah setiap tahun.

B. Bentuk Penghargaan

Penghargaan terhadap profesional yang mengajar diberikan dalam bentuk tali asih sebagai tanda terima kasih serta sertifikat narasumber. Bentuk tali asih termasuk penyediaan akomodasi serta semua kebutuhan yang berkaitan dengan pembelajaran. Bentuk tali asih yang berkaitan dengan jam mengajar secara profesional akan diatur dalam lampiran dan disesuaikan dengan aturan sekolah.

Bab VI

Kewajiban dan Larangan

A. Kewajiban

Kewajiban profesional yang mengikuti program profesi mengajar:

1. Berkoordinasi dengan guru mata pelajaran terkait Capaian pembelajaran, tujuan pembelajaran, alur tujuan pembelajaran
2. Menyiapkan materi ajar yang disesuaikan dengan capaian pembelajaran
3. Menentukan metode pengajaran dengan berpedoman pada pendidikan yang berpusat pada siswa
4. Melaksanakan pengajaran sesuai dengan jadwal yang telah disepakati
5. Melakukan pendampingan peserta didik selama waktu pelaksanaan program profesi mengajar
6. Membuat laporan pelaksanaan program

7. Memberikan evaluasi terhadap pelaksanaan program

Kewajiban guru mata pelajaran:

1. Menyiapkan dokumen pembelajaran
2. Berdiskusi dengan profesional sebelum pelaksanaan program
3. Membantu menyediakan kebutuhan penunjang pelaksanaan program
4. Mendampingi profesional dalam pelaksanaan program (jika dibutuhkan)
5. Membuat laporan pelaksanaan program
6. Memberikan evaluasi terhadap proses pelaksanaan program

Kewajiban koordinator program:

1. Melakukan sosialisasi program di lingkungan sekolah dan Peksy
2. Mengakomodasi kebutuhan administratif dan keuangan program
3. Mengawal pendaftaran professional yang bersedia mengajar
4. Mengadakan seleksi calon professional yang akan mengajar
5. Berkoordinasi dengan guru mata pelajaran terkait dengan jadwal pelaksanaan program
6. Membuat laporan pelaksanaan program
7. Memberikan evaluasi terhadap pelaksanaan program

B. Larangan

Larangan bagi koordinator program, professional yang mengajar, dan guru mata pelajaran:

1. Melakukan provokasi atau memberikan keterangan yang tidak benar baik lisan maupun tulisan dalam pengurusan administrasi pelaksanaan program
2. Melakukan tindakan asusila, kekerasan, perundungan, pelecehan seksual, intimidasi selama pelaksanaan program
3. Melakukan tindak kejahatan
4. Mengalihkan tugas dan kewajiban kepada pihak lain tanpa pemberitahuan dan alasan yang tepat.
5. Lalai membuat laporan
6. Mengundurkan diri sebelum masa program berakhir berdasarkan alasan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan
7. Melakukan pengabaian terhadap kewajiban

8. Pembuatan KAK (Kerangka Acuan Kerja) kerja sama sekolah dengan Peksy

Beberapa sekolah mengadakan kerja sama dengan para alumni di beberapa kegiatan informal. SMAK Kosayu ingin menjalin kerja sama secara lebih formal

dengan melibatkan para alumni ke dalam proses pembelajaran di sekolah. Capaian KPI secara penuh 100% dapat dibuktikan melalui kelengkapan rancangan KAK yang dibuat oleh penulis.

KERANGKA ACUAN KERJA SMAK KOSAYU DAN PEKSY UNTUK PROGRAM PROFESI MENGAJAR

1. Latar Belakang

Berawal dari keinginan untuk meningkatkan kualitas sekolah sebagai faktor utama yang harus diperhatikan dalam persaingan antar sekolah serta kebutuhan untuk membentuk ciri khas sekolah, maka dirancanglah proyek untuk membangun *school branding*. Belajar dari program-program yang sudah dilaksanakan oleh sekolah lain, maka SMAK Kosayu ingin membuat inovasi dan memperluas jaringan kolaborasi dengan PEKSY (Persaudaraan Eks Siswa-Siswi Kosayu) sebagai salah satu usaha dalam pembentukan *school branding*.

Kerja sama antara sekolah dengan Peksy dalam program tahunan sekolah yang berjudul Ekspo Karier, menimbulkan ide pengembangan program tersebut. Para alumni diajak untuk terlibat aktif dalam pembelajaran mata pelajaran di sekolah. Para alumni tidak terbatas hanya memberikan informasi terkait profesi, tetapi lebih jauh kepada materi pelajaran yang mendukung untuk menjalankan profesi tersebut. Sesuai dengan misi SMAK Kosayu, siswa diberi bekal pengetahuan berupa kecakapan hidup untuk profesi yang ingin dijalani. Mengacu pada pedoman pembelajaran kurikulum merdeka, para profesional akan memberikan materi mata pelajaran yang lebih khusus untuk memberikan pengalaman pembelajaran di perguruan tinggi yang lebih bermakna.

Penerapan kurikulum merdeka memberikan kebebasan pengaturan mata pelajaran yang ingin dikembangkan. SMAK Kosayu bekerja sama dengan para alumni, mencoba untuk mengadopsi Program praktisi mengajar ke dalam bentuk program profesi mengajar. Program ini bertujuan untuk meningkatkan relevansi metode pendidikan dengan kebutuhan masyarakat.

2. Tujuan

Tujuan kerja sama ini menitikberatkan pada:

- a. Mengembangkan kerja sama antara sekolah dan Peksy
- b. Mencari profesional yang bersedia membantu sekolah dalam pelaksanaan program profesi mengajar
- c. Meningkatkan kualitas lulusan SMAK Kosayu

3. Manfaat

Manfaat kerja sama ini adalah

- a. Mempererat hubungan antara sekolah dan Peksy
- b. Saling memberikan masukan yang berhubungan dengan pengembangan pendidikan sesuai dengan kebutuhan dunia kerja
- c. Menjadi salah satu keunggulan sekolah yang dapat digunakan sebagai promosi sekolah

4. Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai adalah alumni yang berkenan bergabung dalam program profesi mengajar sebagai bentuk kontribusi nyata kepada almamater.

5. Ruang Lingkup

Kegiatan kerja sama meliputi:

- a. Pencarian narasumber profesi yang berasal dari anggota Peksy dan berkenan untuk mengajar
- b. Peksy dapat memberikan masukan terkait materi yang akan disampaikan serta metode penyampaiannya
- c. Peksy memberikan informasi terkait keilmuan yang dibutuhkan dunia kerja masa sekarang

6. Waktu Pelaksanaan

Program kerja sama ini dilaksanakan pada sepanjang tahun ajaran yang sedang berjalan. sesuai dengan jadwal tema pembelajaran yang terdapat dalam program tahunan masing-masing mata pelajaran.

7. Kegiatan

Alur kegiatan yang terjadi adalah

- a. Sekolah membuat pemetaan kebutuhan profesional dalam program profesi mengajar
- b. Sekolah meminta tolong kepada pengurus Peksy untuk menyebarkan informasi terkait kebutuhan professional melalui jaringan yang dimilikinya
- c. Anggota Peksy yang berminat dapat melakukan pendaftaran sesuai petunjuk
- d. Sekolah menghubungi anggota Peksy yang telah mendaftar untuk melakukan seleksi administrasi
- e. Anggota Peksy yang lolos seleksi akan bergabung dengan program profesi mengajar
- f. Sekolah dan Peksy mengevaluasi proses yang terjadi selama pelaksanaan program profesi mengajar

8. Tanggung Jawab

Sekolah bertanggung jawab terhadap:

- a. Data kebutuhan professional
- b. Jadwal dan tema pengajaran
- c. Kelancaran pelaksanaan program
- d. Perlengkapan yang dibutuhkan oleh Peksy
- e. Tanda terima kasih untuk Peksy

Peksy bertanggung jawab terhadap:

- a. Penyebaran informasi kebutuhan professional
- b. Pemberian data calon professional yang dapat dihubungi
- c. Ketersediaan calon professional yang memiliki kemungkinan untuk bergabung maksimal 2 bulan sebelum jadwal pelaksanaan program

9. Pembuatan rancangan konsep pemasaran melalui *school branding*

Sekolah berlomba-lomba meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan. Hal ini dipandang dapat menaikkan rating sekolah di masyarakat sehingga mampu mendongkrak pemasaran sekolah. SMAK Kosayu juga meyakini hal tersebut, namun SMAK Kosayu ingin membuat inovasi dengan memberikan cara belajar dari sudut pandang yang berbeda. SMAK Kosayu menawarkan suasana belajar dengan para profesional secara langsung, sehingga para lulusannya dapat lebih cepat menyesuaikan diri dengan sistem pembelajaran di kampus maupun dunia kerja.

Branding merupakan salah satu alat penting dalam usaha pemasaran sekolah. Keberadaan *school branding* dapat mengenalkan sekolah secara sederhana dan cepat. Hal ini seringkali terabaikan oleh institusi pendidikan. Sekolah lebih memperhatikan kualitas pelaksanaan kurikulum sekolah yang dianggap sebagai urat nadi dunia pendidikan.

Keberhasilan pembuatan *school branding* yang baru menunjukkan capaian KPI secara lengkap 100%. Dalam rancangan, dijelaskan secara detail tentang kaitan

school branding dengan kepentingan pemasaran sekolah, serta cara pelaksanaan program.

MODEL PEMASARAN *SCHOOL BRANDING*

Latar Belakang

Persaingan antar lembaga pendidikan saat ini semakin atraktif dan kompetitif, oleh karena itu diperlukan aktivitas pemasaran dalam rangka membangun citra positif dan menarik minat masyarakat. Apabila lembaga pendidikan tersebut berhasil melakukan aktivitas pemasarannya, maka besar kemungkinan akan lebih mudah dalam mengatasi persaingan. Jadi, pemasaran merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh lembaga pendidikan untuk memberikan kepuasan pada *stakeholder* dan masyarakat. Penekanan kepada pemberian kepuasan kepada *stakeholder* merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap lembaga pendidikan agar mampu bersaing. Pemasaran tersebut dapat dilihat dari adanya berbagai upaya kreatif dan inovatif dari para penyelenggara pendidikan untuk menggali keunikan dan keunggulan dari sekolahnya agar semakin dibutuhkan dan diminati oleh para pengguna jasa pendidikan. Untuk menarik calon peserta didik diperlukan strategi pemasaran yang bukan saja menjual jasa pendidikan secara apa adanya melainkan bagaimana mendekati pendekatan sesuai dengan keinginan dan kepuasan konsumen. Sebuah lembaga yang ingin sukses untuk masa depan dalam menghadapi persaingan, harus mempraktekkan pemasaran secara terus menerus.

Tujuan pemasaran dalam pendidikan itu sendiri antara lain: memberi informasi kepada masyarakat tentang produk-produk lembaga pendidikan, meningkatkan minat dan ketertarikan masyarakat pada produk lembaga pendidikan, membedakan produk lembaga pendidikan dengan lembaga pendidikan yang lain, memberikan penilaian lebih pada masyarakat dengan produk yang ditawarkan, dan menstabilkan eksistensi dan kebermaknaan lembaga pendidikan di masyarakat. (Arifudin, et al., 2020).

Banyaknya faktor yang mempengaruhi pemilihan sekolah berdampak terhadap persaingan antar Sekolah Menengah Atas. Kondisi ini juga dialami oleh SMAK Kolese Santo Yusup (Kosayu). Penurunan minat para lulusan SMPK Kosayu untuk meneruskan pendidikan ke SMAK Kosayu disebabkan banyaknya pilihan sekolah. Para adik kelas menganggap SMAK Kosayu bukan lagi menjadi tujuan utama untuk menempuh pendidikan lanjut. Mereka berminat melanjutkan pendidikan ke sekolah lain yang dianggap lebih menarik daripada di tempat kakak kelasnya.

SMA yang tidak dapat menarik minat SMP internalnya, akan menjadi promosi negatif bagi sekolah. Maka dari itu SMAK Kosayu harus meningkatkan kualitas sekolah sebagai faktor utama yang harus diperhatikan dalam persaingan antar

sekolah serta membentuk ciri khas sekolah. Setelah belajar dari program-program yang sudah dilaksanakan oleh sekolah lain, maka SMAK Kosayu ingin membuat inovasi dan memperluas jaringan kolaborasi dengan PEKSY (Persaudaraan Eks Siswa-Siswi Kosayu) sebagai salah satu usaha dalam pembentukan *school branding*. Rancangan ciri khas sekolah yang berhubungan dengan kualitas sekolah dibentuk melalui *school branding* dengan *tagline mini campus*.

Analisis Kebutuhan Sekolah

Strength	Opportunities
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alumni yang lebih dari 20.000 dan tersebar di berbagai kota baik dalam negeri maupun luar negeri 2. SDM yang memiliki kualifikasi baik yang dibuktikan dengan hasil lulusan 3. Ranking sekolah dalam 100 besar nasional dan 5 besar provinsi Jawa Timur berdasarkan kualifikasi dari LTMPT 4. Sekolah swasta terbaik di kota Malang menurut ranking LTMPT 5. Juara DBL untuk east west Java 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaringan alumni yang tersebar dan bersedia mendukung program sekolah 2. Testimoni baik dari alumni 3. Sarana prasarana yang mendukung kegiatan akademik dan non akademik 4. Siswa yang berasal dari 27 provinsi 5. Wali murid yang bersedia mendukung kegiatan sekolah
Weakness	Treath
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak semua alumni terlibat aktif dalam Peksy 2. Belum adanya pemanfaatan kemampuan SDM secara maksimal 3. Pandangan masyarakat bahwa Kosayu memiliki sistem pendidikan yang tradisional 4. Sistem pemasaran banyak mengandalkan <i>word of mouth</i> 5. Kurangnya inovasi dalam variasi kegiatan non akademik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak semua alumni berkenan mempercayakan pendidikan putra-putrinya di SMAK Kosayu 2. Sekolah kehilangan ciri khas disiplin dengan tuntutan pendidikan dari orang tua 3. Tidak memiliki inovasi sistem pemasaran 4. Tidak adanya kesinambungan kurikulum dari TK sampai SMA 5. Biaya pendidikan tertinggi di antara SMA katolik Malang

Model Pemasaran

Layanan adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun bagi pelanggan. Untuk membedakan penawaran, produsen lebih dari sekadar membuat produk dan memberikan layanan, mereka menciptakan dan mengelola pengalaman pelanggan dengan merek atau

perusahaannya. Pengalaman pelanggan adalah penawaran pasar dengan komponen sentimental atau emosional yang kuat yang berlangsung dari waktu ke waktu. Pengalaman yang hebat melibatkan pengelolaan yang cermat terhadap perjalanan pelanggan dengan perusahaan, dari awal hingga akhir. Produk atau layanan inti perusahaan mungkin hanya salah satu bagian dari pengalaman tersebut. Perencana produk harus membangun produk tambahan di sekitar manfaat inti dan produk yang sebenarnya dengan menawarkan layanan dan manfaat tambahan bagi pelanggan. Pelanggan melihat produk sebagai kumpulan manfaat yang kompleks yang memenuhi kebutuhan mereka (Kotler, Armstrong, & Barasubramanian, 2024).

Sekolah-dalam hal ini bertindak sebagai produsen-memberikan layanan pendidikan kepada peserta didik (pelanggan). SMAK Kosayu memberikan layanan pendidikan sebagai produk dasar. Hal ini didukung oleh realita kegiatan dalam proses pembelajaran yang dilaksanakan sepanjang tahun ajaran. Untuk memberikan pengalaman pelanggan, SMAK Kosayu mengajak peserta didik (pelanggan) merasakan pengalaman pendidikan di perguruan tinggi. Mereka tidak hanya belajar dengan para guru yang merupakan para lulusan jurusan keguruan. Mereka akan belajar langsung dari para profesional di bidangnya masing-masing, sehingga mereka merasakan pembelajaran bersama praktisi seperti yang dilakukan di perguruan tinggi.

Meskipun pemasaran memainkan peran utama, pemasaran tidak dapat bertindak sendiri. Perusahaan harus bermitra dengan entitas lain dalam menarik, melibatkan, dan mengembangkan pelanggan. Pemasar harus bekerja sama dengan mitra di departemen lain perusahaan untuk membentuk rantai nilai internal yang efektif yang melayani pelanggan. Fungsi yang berbeda dalam suatu perusahaan idealnya harus bekerja secara harmonis untuk menghasilkan nilai bagi pelanggan (Kotler, Armstrong, & Barasubramanian, 2024).

Sekolah perlu mengadakan kerja sama untuk meningkatkan pemasaran baik secara internal maupun eksternal sekolah. Semua unsur dalam sekolah perlu bekerja sama untuk mendukung pemasaran sekolah. Bagian penjaminan mutu internal sekolah tidak hanya menjadi tanggung jawab guru selaku aktor utama dalam pendidikan, namun unsur penunjang seperti petugas kebersihan pun memberikan andil dalam pemasaran sekolah. Selain itu, sekolah juga perlu bekerja sama dengan unsur di luar sekolah, salah satunya adalah alumni. Kerja sama dengan Peksy yang terdiri dari banyak alumni, memberikan suatu keuntungan bagi sekolah. Peksy sudah memiliki pengalaman tentang sekolah yang dapat diwartakan melalui jaringan mereka masing-masing. Hal ini menunjang kemudahan penyebaran informasi terkait *school branding* baru yang ingin dibangun oleh sekolah.

Program *school branding* dengan tagline *mini campus* menawarkan pengalaman belajar di perguruan tinggi pada masa SMA. Pengalaman ini tidak hanya mengandalkan pengajar saja yang berasal dari professional, tetapi cara

pembelajarannya juga mengadopsi sistem perguruan tinggi. Hal ini bertujuan untuk mempersiapkan peserta didik untuk menghadapi lingkungan belajar di perguruan tinggi. Program ini juga dapat menjadi program unggulan sekolah yang dapat membentuk ciri khas sekolah yang bersifat kekinian. Program ini tidak menghilangkan ciri khas sekolah yang lama, namun sekolah mengikuti perkembangan dan kebutuhan dunia pendidikan terkini. Keberadaan *school branding* yang baru diharapkan dapat meningkatkan pemasaran sekolah.

Komunikasi *branding* dapat ditempuh dengan cara penyebaran informasi kegiatan sekolah melalui jaringan alumni. Di samping itu, komunikasi secara luas akan menggunakan media social resmi yang dimiliki sekolah, siswa, wali murid, maupun alumni. Semua bentuk penyebaran informasi kegiatan sekolah akan menggunakan *tagline mini campus*.

Dari segi penampilan, SMAK Kosayu dapat merancang jaket almamater seperti yang dimiliki oleh para mahasiswa di perguruan tinggi. Tampilan jaket akan disesuaikan dengan ciri khas SMAK Kosayu. Segala aturan terkait pemakaian jaket almamater akan dimasukkan dalam aturan sekolah. Salah satu contoh aturan pemakaian adalah jaket almamater wajib digunakan pada upacara kelulusan sekolah.



Gambar 6. Alur pemasaran melalui *School Branding*
Sumber: Penulis (2025)

10. Laporan hasil rancangan program

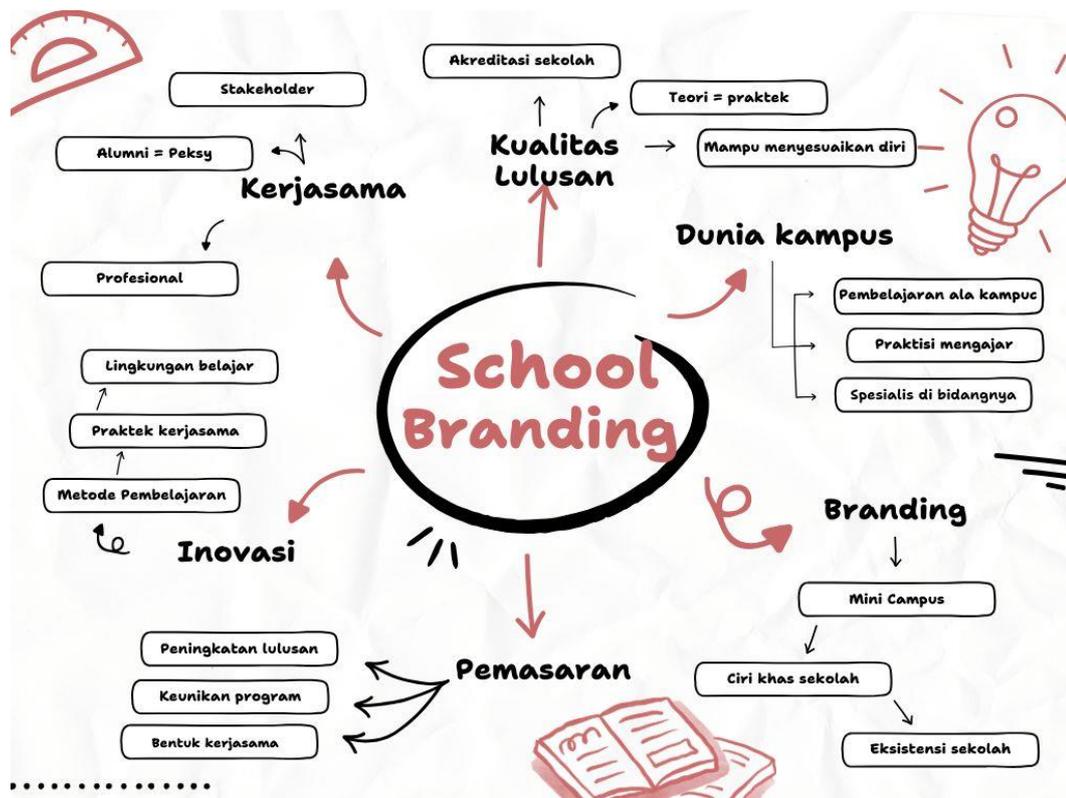
Kurikulum merdeka mengajak para siswa untuk bebas memilih mata pelajaran yang mendukung cita-cita profesinya. Tujuan pembelajaran suatu tema dalam sebuah mata pelajaran terkadang tidak dipahami secara mendalam oleh para siswa. Hal ini menimbulkan persepsi bahwa siswa salah memilih mata pelajaran maupun jurusan yang diinginkan. Program profesi mengajar berusaha menjawab kebutuhan siswa akan informasi tentang keterkaitan mata pelajaran dengan kebutuhan dunia kerja. Hal ini diharapkan dapat meminimalisir persepsi salah memilih mata pelajaran.

Teknis pelaksanaan rancangan program profesi mengajar dibuat secara detail, sehingga tujuan program dapat menjawab kebutuhan para siswa. Kelengkapan tersebut menunjukkan keberhasilan capaian KPI secara lengkap 100%.

Rancangan program profesi mengajar berdampak pada kebutuhan akan rancangan kerjasama antara Peksy dengan sekolah. Dalam rancangan kerangka acuan kerja untuk kerjasama Peksy dijelaskan secara detail mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak. Hal ini bertujuan untuk mengurangi kesalahpahaman antar kedua belah pihak. Pedoman teknis ini menunjukkan keberhasilan pencapaian KPI secara lengkap 100%, sehingga dapat mendukung pelaksanaan program profesi mengajar.

Pada akhirnya semua rancangan yang dibuat, akan mendukung pelaksanaan sistem pemasaran yang baru. Keterkaitan antara program profesi mengajar yang melibatkan para alumni dengan suasana pembelajaran di kampus akan membentuk ciri khas sekolah yang baru. Sekolah akan dikenal sebagai SMA yang bernuansa

pembelajaran di kampus. Rancangan ini dapat dijadikan konsep pemasaran *school branding* dengan *tagline mini campus*. Keberhasilan pencapaian KPI secara penuh 100% dibuktikan dengan kelengkapan berkas semua rancangan program yang akhirnya bermuara kepada konsep pemasaran dengan metode *school branding* yang baru.



Gambar 7. *Mind Map School Branding*
Sumber: Penulis (2025)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sekolah perlu menyesuaikan diri dengan tuntutan perkembangan jaman. Penyesuaian diri terhadap perkembangan keilmuan menjadi fokus utama dalam dunia pendidikan. Di samping itu, sekolah perlu membiayai kebutuhan operasional sekolah. Hal ini menjadikan bagian pemasaran-sebagai kunci pemasukan sekolah-juga tidak kalah penting dari bagian kurikulum yang menangani bidang keilmuan.

Program profesi mengajar berusaha menggabungkan dua kepentingan besar tersebut. Program ini ingin meningkatkan kualitas lulusan melalui keunikan metode pembelajaran yang akhirnya dapat menjadi ciri khas SMAK Kosayu. Metode pembelajaran yang mengadopsi metode pembelajaran di kampus, menjadikan kualitas pembelajaran yang hampir setara dengan perguruan tinggi namun diberikan pada jenjang SMA. Pelaksanaan rangkaian kegiatan tersebut berdampak pada peningkatan kualitas lulusan yang mendapat gambaran utuh terkait proses pembelajaran dari sudut pandang teori maupun praktek. Hal ini membentuk kualitas lulusan yang lebih siap menghadapi pembelajaran di lingkungan perguruan tinggi. Peningkatan kualitas lulusan juga dapat menunjang akreditasi sekolah yang pada akhirnya dapat menjadi salah satu keunggulan sekolah untuk *school branding*.

Lulusan SMA yang siap menghadapi jenjang pendidikan tinggi akan lebih mudah menerima semua proses pembelajarannya. Hal ini menjadikan lulusan tersebut mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap suatu profesi yang akan

dijalani nantinya. Pencapaian pengetahuan ini sesuai dengan visi SMAK Kosayu untuk memberikan bekal tentang kecakapan hidup.

Pelaksanaan program profesi mengajar yang melibatkan kerjasama dengan alumni dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kegiatan unik sekolah. Kondisi ini mendukung pembentukan *school branding* sekolah yang baru. Cara sekolah untuk mengenalkan *school branding* melalui program profesi mengajar akan lebih dipercaya oleh masyarakat. Hal ini disebabkan pembawa informasi adalah alumni yang memang memiliki pengalaman langsung dengan sekolah.

Rangkaian kegiatan yang disusun dalam program profesi mengajar berdampak pada pembentukan sistem pemasaran baru. Kegiatan ini merupakan salah satu inovasi dalam bidang pendidikan untuk peningkatan kualitas proses serta hasil belajar. Seiring dengan hal itu, program ini menjadi cara untuk mengkomunikasikan keunikan sekolah (*school branding*) dengan tujuan akhir menjaga eksistensi sekolah di masyarakat.

Selama pembuatan rancangan proyek dapat disimpulkan bahwa kegiatan profesi mengajar dapat ditindaklanjuti oleh pihak Yayasan Kolese Santo Yusup Malang. Proyek ini dapat dipraktekkan di semua unit, tidak hanya berlaku untuk unit SMA saja. Pelaksanaan program dapat menyesuaikan dengan kurikulum yang sedang berlaku, kondisi, serta kebutuhan sekolah.



Gambar 8. Poster *Mini Campus*
Sumber: Penulis (2025)

5.2 Keterbatasan Pelaksanaan Proyek

Dalam pelaksanaan proyek terdapat beberapa keterbatasan yang ditemui, antara lain:

1. Bagi beberapa guru, kegiatan baru akan menimbulkan kesulitan baru karena sudah terbiasa dengan sistem yang selama ini dijalani. Awalnya guru merasa bahwa semua harus diatur sendiri oleh guru yang bersangkutan, sehingga proyek dianggap menambah pekerjaan guru di luar tugas utama pengajaran. Hal ini menyebabkan penolakan, sehingga perlu adanya sosialisasi secara detail terkait pelaksanaan kegiatan.
2. Para alumni sangat antusias pada saat memberikan tanggapan terkait keberadaan proyek profesi mengajar. Mereka banyak memberikan masukan terkait tema-tema kekinian yang ingin diberikan kepada adik-adiknya. Di balik semangat berbagi ilmu tersebut terdapat kendala terbesar yaitu masalah waktu. Banyak alumni yang masih aktif bekerja di jam belajar sekolah, sehingga harus mengatur jadwal secara ketat. Dari pihak sekolah, jadwal pemberian materi tidak dapat diubah terlalu banyak karena harus menyesuaikan dengan jadwal kegiatan sekolah yang lain. Kendala yang mungkin muncul adalah masalah penyesuaian waktu antara jadwal kerja alumni dengan jadwal pelaksanaan program sekolah. Hal ini dapat diatasi dengan beberapa alternatif solusi, antara lain:
 - a. pemberian materi dengan sistem daring
 - b. perubahan jam pelajaran yang menyesuaikan dengan waktu yang dimiliki profesional

- c. pemberian materi dalam bentuk video pembelajaran
3. Konsep pemasaran yang sudah dijalankan dianggap berhasil mempertahankan jumlah siswa. Pada saat terjadi penurunan jumlah siswa, maka tim pemasaran diminta untuk lebih giat melakukan promosi. Tim pemasaran terdiri dari para guru yang memiliki dasar pengetahuan pemasaran minimalis, sehingga mereka mengandalkan pengalaman dari tim terdahulu. Keberadaan konsep baru terkait metode pemasaran menimbulkan keraguan karena belum terbukti efektivitasnya.
4. Keterlibatan orang lain dalam pengajaran dipandang membutuhkan biaya tambahan. Pendanaan proyek diusahakan dari dana BOS (Bantuan Operasional Sekolah) sehingga dapat mengakomodasi kebutuhan profesional yang akan mengajar.
5. Kurangnya tenaga yang dapat melaksanakan semua administrasi program. Hal ini disebabkan padatnya jadwal kegiatan baik akademik maupun non akademik yang dilaksanakan oleh sekolah.

5.3 Saran dan Tindak Lanjut.

Proyek ini dirancang pada saat pelaksanaan kurikulum merdeka, namun ada perubahan kurikulum yang berlaku sekarang. Penulis menyarankan ada penyesuaian proyek dengan kurikulum *deep learning* yang sedang berlaku sekarang.

Beberapa tema pembelajaran dapat disetarakan dengan materi perguruan tinggi. Hal ini membuka peluang kerjasama dengan perguruan tinggi. Materi yang telah disampaikan di SMAK Kosayu dapat disetarakan dengan sks yang akan

diambil di perguruan tinggi. Salah satu program yang dilakukan oleh Universitas Ma Chung adalah ketuntasan mata pelajaran yang telah dipelajari oleh siswa di jenjang SMA, dapat menjadi tabungan SKS di Universitas Machung. Hal ini dapat mempercepat masa belajar di perguruan tinggi.

Penanaman konsep *mini campus* perlu dipahami secara bersama oleh seluruh civitas akademika SMAK Kosayu, sehingga semua orang bersedia terlibat dalam konsep ini. Tugas pemasaran sekolah tidak hanya menjadi tanggung jawab tim pemasaran saja, tetapi semua stakeholder dapat dilibatkan dalam usaha pemasaran.

Pembentukan tim pemasaran yang terdiri dari berbagai lini. Tim pemasaran sekolah dapat berdiskusi dengan para alumni yang menjadi pakar di bidang pemasaran untuk memperoleh ide terkait system pemasaran yang efektif.

Konsep kerja sama tidak hanya terbatas pada program profesi mengajar, namun dapat dikembangkan menjadi program magang di beberapa lembaga yang dimiliki oleh alumni. Siswa diajak untuk melihat dan merasakan langsung kondisi dunia kerja. Lembaga juga memiliki kemungkinan mendapat ide kreatif dari para siswa.

Pembentukan lembaga resmi yang memfokuskan diri terhadap semua kegiatan alumni. Semua bentuk kerjasama yang mengatasnamakan Peksy dapat diatur secara formal melalui suatu lembaga sehingga semua informasi terkait permohonan kebutuhan kerjasama dengan Peksy dapat lebih terorganisir dengan baik dan teratur.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraena, Y., Ginanto, D., Felicia, N., Andiarti, A., Herutami, I., Alhapip, L., . . . Mahardika, R. L. (2022). *Panduan Pembelajaran dan Asesmen Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, dan Menengah*. Jakarta: Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Arifudin, O., Tanjung, R., Khadijah, I., Sudirman, A., Rahmah, R. E., Alhall, A., . . . Hanika, I. M. (2020). *Manajemen Pemasaran Pendidikan*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Ariyanti, E. R., Chikmawati, N. F., & Islami, I. (2023). Pengenalan Profesi Hukum kepada Siswa SMA Islam Dian Didaktika Depok. *Info Abdi Cendekia Vol.6 No.1*, 8-15.
- Astuti, N. J., Aisyah, S. A., Karoma, & Astuti, M. (2023). Konsep dan Model-Model Inovasi Pendidikan. *Cross-border Vol. 6 No. 2*, 745-753.
- Ayunisa, L. N., & Sholeh, M. (2022). Strategi Lembaga Pendidikan Formal Dalam Meningkatkan School Branding Pada Masa Pandemi Covid-19. *Inspirasi Manajemen Pendidikan Volume 10 Nomor 01*, 59-72.
- Fadholi, M. (2022). *Panduan Branding Perguruan Tinggi untuk Menarik Minat Mahasiswa Baru*. www.sevima.com: PT. Sentra Vidya Utama.
- Fauzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Hadning, I., Kurniawan, M. F., Rahajeng, B., & Utami, P. (2019). Pengenalan Profesi Apoteker Kepada Siswa Sma Melalui Lomba Keterampilan Kefarmasian. *Seminar Nasional Abdimas II* (hal. 438-444). Yogyakarta: UMY Press.
- Khoiriyani, F., Dani, F. Z., & Ansyah, R. H. (2023). Kesenjangan Kualitas Layanan Madrasah Aliyah Negeri di Jawa dan Luar Jawa. *SMaRT Volume 09 Nomor 01*, 117-132.
- Kholifah, N., Subakti, H., Saputro, A. N., Nurtanto, M., Ardiana, D. P., Simarmata, J., & Chamidah, D. (2021). *Inovasi Pendidikan*. Yogyakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Kosayu, H. S. (2022). *tentang-kami*. Dipetik June 5, 2024, dari smakkosayu.sch.id: <https://smakkosayu.sch.id/tentang-kami>
- Kotler, P., Amstrong, G., & Barasubramanian, S. (2024). *Principle of Marketing 19th Edition*. London: Pearson Education Limited.
- Malik, A. (2022). Increasing Public Interest through School Image Branding through a Trending Approach. *Educazione*, 23-33.
- Meta. (2023, July 1). *SMA Panghudi Luhur Van Lith Berasrama*. Diambil kembali dari <https://vanlith-mtl.sch.id>: <https://vanlith-mtl.sch.id/2023/07/01/persiapan-studi-lanjut-sma-pl-van-lith-melalui-opp/>
- Rahmawati, S., & Nurachadija, K. (2023). Inovasi Pendidikan Dalam Meningkatkan Strategi Mutu Pendidikan. *Pendidikan Bhinneka Tunggal*

Ika, 1-12.

- Rizkiyah, R., Istikomah, I., & Nurdyansyah, N. (2020). Strategi Membangun Branding School dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan Islam. *Conference of Islamic Educational Payment Management in Industrial Revolution 4.0* (hal. 1-7). Sidoarjo: Creative Commons Attribution License.
- Santoso, I., Pramono, S. E., & Yusuf, A. (2021). Analysis of Public Relations Program in Building School Branding. *Educational Management*, 376-383.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P., . . . Ulfah, M. (2020). *Brand Marketing : The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Susilo, M. j. (2022). Strategi Branding Sekolah Dalam Meningkatkan Animo Siswa dan Awareness Masyarakat. *Pendidikan Dompot Dhuafa*, 1-6.
- Syahbana, A., Asbari, M., Anggita, V., & Andre, H. (2024). Revolusi Pendidikan: Analisis Kurikulum Merdeka Sebagai Inovasi Pendidikan. *Journal of Information System and Management Vol.03 No.02*, 27-30.
- Thoyyibah, K., Adhimah, D. R., & Lukitasari, R. D. (2022). Analisis Faktor Pertimbangan Orang Tua Dalam Memilih Sekolah. *Seminar Nasional Unimus* (hal. 702-725). Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Tien, D. N., Minh, D. H., & Dan, a. D. (2019). Branding building for Vietnam Higher Education Industry Reality and Solutions. *International Journal of Research in Marketing Management and Sales*, 118-123.
- Vorina, I. K., Wiyono, B. B., & Juharyanto. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Siswa Memasuki SMAN Berprestasi. *Kajian Teori dan Praktik Kependidikan Volume 5 Nomor 2*, 83-88.
- Waney, G. A., Kansil, A. B., Tristiarini, N., Sari, N. Q., Huzhayya, A., Ginting, N. R., . . . Najiha. (2024). *Buku Panduan Program Praktisi Mengajar*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.
- Yusup, Y. K. (2019). *profil/sejarah-kosayu*. Dipetik June 2024, dari www.kosayu.org: www.kosayu.org/profil/sejarah-kosayu/